JOHN FISKE
Įvadas į
komunikacijos
studijas
A L K / baltos lankos

JOHN FISKE

Įvadas į komunikacijos studijas

JOHN FISKE

Įvadas į komunikacijos studijas

Iš anglų kalbos vertė
VILIJA GUDONIENĖ
ELENA MACEVIČIŪTĖ

baltos lankos

Knygos leidimą parėmė Atviros Lietuvos fondas

Versta iš: John Fiske, *Introduction to Communication Studies*,
Second edition, London and New York: Routledge, 1997

Redagavo Rita Noreikienė
Apipavidalino Vida Kuraitė

Viršeliui panaudota Algimanto Kezio nuotrauka

© John Fiske, 1990
Vertimas į lietuvių kalbą: © Vilija Gudonienė, 1998; © Elena Macevičiūtė, 1998
© BALTOS LANKOS, 1998

Rinko ir maketavo BALTOS LANKOS
Printed in Lithuania
ISBN 9986-861-60-8
ISSN 1392-1673

Skiriu NATAŠAI
už viską

METJU ir LIUSEI
už tai, kad netriukšmavo (na,... beveik)
per visą šaltą, šlapią 1980 metų vasarą

Turinys

Padėkos 11
Autoriaus pastabos 13

ĮVADAS: KAS YRA KOMUNIKACIJA 15

1 KOMUNIKACIJOS TEORIJA 21
Ištakos 21
Shannono ir Weaverio modelis (1949; Weaver, 1949b) ... 21
Perteklius ir entropija 26
Kanalas, priemonė, kodas 34
Grįžtamasis ryšys 38

2 KITI MODELIAI 41
Gerbnerio modelis (1956) 41
Laswello modelis (1948) 48
Newcombo modelis (1953) 49
Westley ir MacLeano modelis (1957) 51
Jakobsono modelis (1960) 53
Modeliai ir modeliavimas 56

3 KOMUNIKACIJA, REIKŠMĖ IR ŽENKLAI 57
Semiotika 58
Ženklai ir reikšmės 59
Ženklų kategorijos 65
Konvencija 74
Ženklų organizavimas 76

4 KODAI 81
Kodai: pagrindinės sąvokos 81
Analoginiai ir skaitmeniniai kodai 82
Prezentaciniai kodai 84
Neverbalinė komunikacija 84
Išplėtoti ir riboti kodai 88
Plataus ir siauro vartojimo kodai 91
Kodai ir bendrybė 95
Konvencija ir vartosena 95
Sutartiniai (arba loginiai) kodai 98
Estetiniai kodai 99

5 SIGNIFIKACIJA 103
Denotacija 103
Konotacija 104
Mitas 106
Simboliai 110
Metafora 111
Metonimija 114

6 SEMIOTINIAI METODAI IR JŲ TAIKYMAS 119
„Dar prieš liūdesį": poetinė metafora 119
Makaronai: vizuali metafora 121
Notting Hillas: realistinė metonimija 123

7 STRUKTŪRALISTINĖ TEORIJA IR JOS TAIKYMAI 133
Kategorizacija ir binarinės opozicijos 134
Anomalinės kategorijos 136
Struktūrinis pasikartojimas 137
Ribų ritualai 138
Gamta ir kultūra 139
Mito struktūra 141
Masinės kultūros struktūra 143
Pirmas pritaikymas: *Pėdsekiai* (The Searchers) 144
Antras pritaikymas: savaitraščio *Weekly World News* mitinė struktūra 148
Mitai ir socialinės vertybės 152

8 EMPIRINIAI METODAI 155
Empirizmas 155
Turinio analizė 156
Turinio analizė ir kultūros vertybės 166
Semantinis diferencialas 166
Naudos ir atlygio teorija 173
Auditorijos etnografija 179

9 IDEOLOGIJA IR PRASMĖS 187
Reikšmė ir kultūra 187
Ideologija 188
Ženklai, ideologija, prasmės 190
Kaip suprasti ideologiją 196
Ideologinė analizė 203
Pasipriešinimas 209

IŠVADA 213

Papildomos užduotys 215
Literatūra 227
Bibliografija 232
Iliustracijų sąrašas 236
Rodyklė 237

Padėkos

Daugelis žmonių tiesiogiai ar netiesiogiai prisidėjo prie šios knygos pasirodymo. Tačiau pirmiausia noriu padėkoti savo Komunikacijos studijų kurso studentams iš Velso: jūs neigėte, keitėte ir aštrinote mano idėjas, kūrėte savas, jūs privertėte mane atsisakyti (didžiosios dalies) mano žargono.

Savo bendradarbiams aš dėkingas už ypatingas pastabas, bet dar labiau už tai, kad jie sukūrė specifinę, idėjų plėtojimą skatinančią terpę.

Labai vertinu Ray'aus Bailey'io ir Briano Dibble'io iš Vakarų Australijos technologijos instituto (Pertas) ir Richardo Dimbleby'o bei jo komunikacijos dėstytojų grupės iš Tolimųjų Rytų atsiliepimus.

Dėkoju Viv Coles už fotografijas ir Jenny Griffiths už spausdinimą – jūsų konkrečiai nusakomas indėlis buvo labai svarbus.

Pagaliau ačiū mano šeimai, kuri sutiko, kad ši knyga diktuotų daugelio savaitgalių ir atostogų programą.

Norime padėkoti tiems, kurie leido perspausdinti iliustracijas: už 1a ir 1b iliustracijas – „Syndication International"; už 2 paveikslą – Ilinojaus universiteto leidyklos valdybai; už 4 iliustraciją – laikraščiui *The Guardian*, Johnui Kentui ir „Paul Raymond Publications Ltd."; už 7, 8 ir 9 paveikslus – B. Westley'iui, M. MacLeanui ir žurnalui *Journalism Quarterly*; už 5 iliustraciją – Hutchinsonams; už 6 iliustraciją – „Pasta Foods Ltd."; už 7a ir 7b iliustracijas – *The Observer*; už 8 iliustraciją *The Sunday Times*; už 9, 10a ir 10b iliustracijas – BBC; už 12 iliustraciją – žurnalui *Punch*; už 14 iliustraciją – „Gallaher Ltd."; už 15 iliustraciją – „Cockman Thompson Wilding and Co."; už 17 iliustraciją – Anglijos turizmo valdybai; už 18 iliustraciją – Eve Arnold; už 26 paveikslą – G. Gerbneriui ir Amerikos politikos ir socialinių mokslų asociacijos metraščiui. Mes labai stengėmės susisiekti su autorinių teisių subjektais; labai atsiprašome tų, kurių nepavyko surasti.

J. F.

Autoriaus pastabos

Šios knygos skaitymo strategija

Skyriai nuo 1 iki 5 skiriami pristatyti skaitytojui pagrindinius modelius, teorijas ir sąvokas, naudojamas komunikacijos studijoms. Ten, kur atrodė tinkama, ši medžiaga pateikiama paragrafuose, pavadintuose „Pagrindinės sąvokos" ir „Papildomos įžvalgos". Skaitytojai, pageidaujantys trumpo, apibendrinto dalyko įvado, gali skaityti tik „pagrindinių sąvokų" paragrafus. Tiems, kurie norėtų pasigilinti, skirti „papildomų įžvalgų" paragrafai. Dėstytojai, manantys, kad „proceso" mokykla yra lengvesnis būdas suvokti dalyką, gali pirmiausia imtis 1 ir 2 skyriaus, 4 ir 8 skyrių pradžios, o po to grįžti prie teoretiškesnės ir konceptualesnės semiotinės mokyklos. Bet autorius tikisi, kad dauguma skaitytojų perskaitys knygą ta tvarka, kaip ji parašyta: tai suteiks jų įvadinėms studijoms ir nuoseklumo, ir gilumos.

Patarimai tolesniam darbui ir pasiskaitymui

Knygos gale siūlomi klausimai diskusijoms, referatams ar pratyboms. Jie sudaryti siekiant patikrinti ar pagilinti skyriaus supratimą. Jie nėra išsamūs ir galbūt skaitytojai susikurs geresnių.

Be to, siūloma pasiskaityti daugiau. Tai nėra būtina, nes visam tolesniam darbui pakaktų vien šios knygos. Bet kitos knygos visada naudingos. Čia stengiamasi nurodyti ne išsamią, bet atrinktą literatūrą. Taip pat stengiamasi apsiriboti nuorodomis į knygas plonais viršeliais ir tas, kurias dar galima rasti knygynuose. Tos, kurios dažniausiai nurodomos pasiskaitymui, išvardytos bibliografijos pradžioje. Tikriausiai paminėtos ne visos knygos, kurios nepaminėtos, gali būti ne mažiau vertingos.

Įvadas: kas yra komunikacija?

Komunikacija yra viena iš tų žmogaus veiklų, kurias kiekvienas atpažįsta, bet mažai kas gali bent kiek tiksliau apibrėžti. Komunikacija – tai pokalbis, televizija, informacijos platinimas, literatūros kritika ar mūsų šukuosena – sąrašas begalinis. Viena iš mokslininkams iškylančių problemų, ar mes galime tinkamai taikyti terminą „studijų objektas" dalykui, kuris yra toks įvairus ir daugiaaspektis kaip žmonių komunikacija. Ar yra kokios vilties susieti, pavyzdžiui, veido išraiškos tyrinėjimus su literatūros kritika? Ir apskritai, ar verta bandyti?

Abejonės, slypinčios panašiuose klausimuose, gali sukelti įspūdį, kad komunikacija nėra dalykas įprasta akademine prasme, bet yra daugiadisciplinė studijų sritis. Šis požiūris perša mintį, kad mažai tėra bendro tarp to, ką apie žmonių komunikacinį elgesį turi mums papasakoti psichologai bei sociologai ir ką literatūros kritikai.

Šis nesutarimas dėl komunikacijos studijų esmės būtinai atsispindės šioje knygoje. Pasistengta kiek įmanoma suderinti prieštaravimus, pagrindžiant šią knygą tokiomis prielaidomis.

> Manau, kad komunikaciją įmanoma tyrinėti, bet išsamioms jos studijoms reikia derinti kelių disciplinų požiūrius.
>
> Manau, kad visa komunikacija apima ženklus ir kodus. Ženklai yra artefaktai ar veiksmai, kurie nurodo į kažką kitą, nei jie patys yra, t.y. jie yra žyminčios (signifikuojančios) struktūros. Kodai yra sistemos, organizuojančios ženklus ir lemiančios jų tarpusavio ryšį.
>
> Taip pat manau, kad šie ženklai ir kodai yra perduodami ar tampa prieinami kitiems, ir šis ženklų ar kodų perdavimas ar priėmimas (komunikacija) yra socialinių santykių veikimas.

> Manau, kad komunikacija yra svarbiausia mūsų kultūros egzistavimui – be jos bet kokia kultūra turėtų žūti. Taigi komunikacijos studijos apima ją integruojančios kultūros studijas.
>
> Šias prielaidas apibendrina komunikacijos, kaip „socialinės sąveikos per pranešimus", apibrėžimas.

Šios knygos struktūra atspindi tai, kad egzistuoja dvi pagrindinės komunikacijos studijų mokyklos. Pirmajai komunikacija yra *pranešimų perdavimas*. Ji tiria, kaip siuntėjai ir gavėjai užkoduoja ir iškoduoja, kaip perdavėjai naudoja komunikacijos kanalus ir priemones. Ji užsiima tokiais dalykais kaip efektyvumas ir tikslumas. Ji laiko komunikaciją procesu, kurio metu vienas asmuo paveikia kito elgesį ar dvasinę būseną. Jei poveikis skiriasi ar yra menkesnis už numatytąjį, ši mokykla linkusi kalbėti apie komunikacijos nesėkmę ir nagrinėti proceso etapus, siekdama nustatyti silpnąsias vietas. Kad būtų patogiau, šioje knygoje ji vadinama „proceso" mokykla.

Antrajai mokyklai komunikacija yra *reikšmių kūrimas ir keitimasis jomis*. Ji domisi tuo, kaip pranešimai ar tekstai sąveikauja su žmonėmis, kad sukurtų reikšmes, t.y. ji domisi tekstų vaidmeniu mūsų kultūroje. Ji vartoja tokius terminus kaip signifikacija ir nemano, kad nesusipratimai yra akivaizdi komunikacijos nesėkmė – jie gali atsirasti dėl kultūrinių skirtumų tarp siuntėjo ir gavėjo. Šiai mokyklai komunikacijos studijos yra tekstų ir kultūros studijos. Pagrindinis tyrimų metodas yra semiotika (ženklų ir reikšmių mokslas), taigi taip ir bus čia vadinamas šis požiūris.

Proceso mokykla linkusi remtis socialiniais mokslais, ypač psichologija ir sociologija, ir sutelkti dėmesį į komunikacijos *veiksmus*. Semiotinė mokykla linkusi remtis lingvistika ir meno kūriniais, sutelkti dėmesį į komunikacijos *dirbinius*.

Komunikacijos, kaip socialinės sąveikos per pranešimus, apibrėžimą kiekviena šių mokyklų interpretuoja savaip. Pirmoji socialinę sąveiką apibrėžia kaip procesą, kai vienas asmuo sąveikauja su kitais arba paveikia kito elgesį, dvasinę būseną ar emocijas ir, žinoma, atvirkščiai. Tai artima kasdieniniam šios sąvokos vartojimui. O semiotika socialinę sąveiką apibrėžia kaip tai, kas sukuria individą kaip tam tikros kultūros ar visuomenės narį. Aš žinau, kad esu vakarietiškos,

industrinės visuomenės narys, nes, pagal vieną iš identifikavimo šaltinių, suvokiu Sheakspeare'ą ar serialą *Karūnacijos gatvė** maždaug taip pat kaip ir kiti mano kultūros nariai. Aš taip pat suprantu kultūrinius skirtumus, jei, pavyzdžiui, girdžiu tarybinį kritiką aiškinant, kad *Karalius Lyras* yra triuškinantis vakarietiško šeimos idealo, kaip visuomenės pagrindo, puolimas, ar įrodinėjant, kad *Karūnacijos gatvė* rodo, kaip vakariečiai laiko darbininkus savo vietoj. Abi šios interpretacijos įmanomos, tačiau jos nėra sukurtos mano, kaip tipiško savo kultūros nario. Įprastai suvokdamas *Karūnacijos gatvę*, aš išreiškiu bendrumą su kitais savo kultūros nariais. Taip pat ir paaugliai, garbinantys tam tikrą vieną roko muzikos stilių, išreiškia savo indentitetą kaip subkultūros nariai ir, nors netiesiogiai, sąveikauja su kitais savo bendruomenės nariais.

Šios dvi mokyklos skirtingai supranta ir tai, kas sudaro pranešimą. Proceso mokyklai pranešimas yra tai, kas perduodama komunikacijos proceso metu. Daugelis jos šalininkų mano, kad tikslingumas yra svarbiausias veiksnys, nulemiantis tai, kas yra pranešimas. Taigi, jei asmuo truktels už ausies spenelio, tai nebus joks pranešimas, nebent tai bus daroma tyčia, iš anksto sutarus su aukciono vedėju dėl tokio signalo. Siuntėjo intencija gali būti suformuluota ar neišreikšta, sąmoninga ar nesąmoninga, bet turėtų būti įmanoma ją nustatyti analizės būdu. Pranešimas yra tai, ką pranešėjas kokiomis nors priemonėmis į jį įdeda.

Tuo tarpu semiotikams pranešimas yra ženklų konstrukcija, kuri, sąveikaudama su gavėjais, sukuria reikšmes. Siuntėjo, kaip pranešimo perdavėjo, reikšmė mažėja. Akcentas persikelia į tekstą ir tai, kaip jis perskaitomas. O skaitymas yra reikšmių atskleidimo procesas, vykstantis, kai skaitytojas sąveikauja ar veda derybas su tekstu. Šios derybos vyksta, kai skaitytojas pasitelkia savo kultūrinę patirtį aiškindamasis kodus ir ženklus, kurie sudaro tekstą. Tai apima ir bendrą supratimą, apie ką yra tekstas. Mums tereikia pastebėti, kaip skirtingi laikraščiai skirtingai atskleidžia tą patį įvykį, kad suprastume, koks svarbus yra šis supratimas, šis požiūris į pasaulį, kuriuo jie dalinasi su savo skaitytojais. Taigi skirtingos socialinės patirties ar

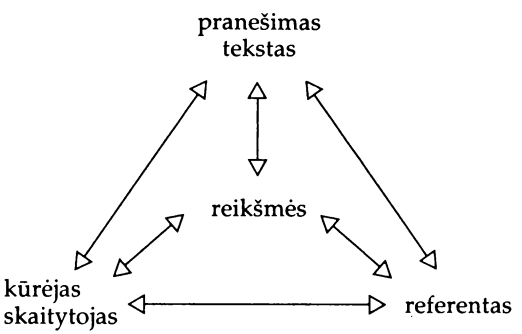
* Populiarus Didžiojoje Britanijoje Granados televizijos serialas, originalus pavadinimas *Coronation Street* (čia ir toliau visos pastabos vertėjų).

priklausantys skirtingoms kultūroms skaitytojai tame pačiame tekste gali rasti skirtingas reikšmes. Ir tai nebūtinai, kaip jau minėta, reiškia komunikacijos nesėkmę.

Todėl pranešimas nėra kažkas pasiųsta iš A į B, bet struktūruotų ryšių elementas, o kiti elementai apima išorinę realybę ir kūrėją ar skaitytoją. Teksto kūrimas ir skaitymas yra suvokiami kaip lygiagretūs ar net tapatūs procesai, nes jie užima tą pačią šio struktūruoto ryšio (santykio) vietą. Mes galime šią struktūrą pavaizduoti kaip trikampį modelį, kur strėlės rodo nuolatinę sąveiką. Ši struktūra nėra statiška, ji dinamiška (žr. 1 pav.).

Šioje knygoje stengtasi pristatyti abiejų mokyklų autoritetų darbus ir parodyti, kaip viena mokykla gali išryškinti ar kompensuoti kitos trūkumus ir silpnybes arba priešingai, šios dvi mokyklos gali konfliktuoti, prieštarauti ar net sugriauti viena kitos teiginius. Žinoma, norėtųsi paskatinti studentus laikytis kritiško požiūrio, t.y. kritiškai suvokti ir savo studijų *metodą*, ir *dalyką*, mokėti suformuluoti, kodėl jie tyrinėja komunikaciją savo pasirinktu būdu.

Todėl manome, kad studentams reikia imtis abiejų mokyklų, kad priartėtų prie dalyko esmės. Skaitytojui, norinčiam susipažinti su jų darbais taip, kaip tai pateikta šioje knygoje, bus naudingas knygos struktūros apibendrinimas.



1 pav. *Pranešimai ir reikšmės*

Knygos struktūra

1 ir 2 skyriai nagrinėja būdingiausius proceso mokyklos komunikacijos modelius. 3 skyriuje einama toliau, nagrinėjamas ženklų ir reikšmių vaidmuo – tai yra teorinis semiotikos pagrindas. Po to, 4 skyriuje dėmesys kreipiamas į kodus, kuriais organizuojami ženklai. Abi mokyklos nagrinėja kodus: proceso mokykla laiko juos užkodavimo ir iškodavimo priemonėmis, o semiotika – reikšmių sistemomis. Semiotikos teorijos studijos toliau plėtojamos 5 skyriuje, kur nagrinėjami kokios nors kultūros signifikavimo ženklais būdai. 6 ir 8 skyriuose – praktinis pritaikymas: 6 skyriuje demonstruojama semiotinė analizė, 8 – pateikiami empiriniai pranešimo turinio analizės ir auditorijos tyrimų pavyzdžiai. Pastarieji atlikti proceso mokyklos atstovų. 7 skyriuje pristatoma keletas pagrindinių struktūralizmo idėjų ir parodoma, kaip jos galėtų būti taikomos. 9 skyrius skirtas paskutiniam ir abstrakčiausiam semiotikos dalykui – kaip ideologija veikia reikšmę.

Čia pasinaudota kiekviena galimybe palyginti šias dvi mokyklas ir neketinama teisintis dėl to, kad proceso mokyklos komentarai pasirodys semiotikos skyreliuose ir atvirkščiai, nes tai yra geriausias būdas pažvelgti į abi mokyklas.

1
Komunikacijos teorija

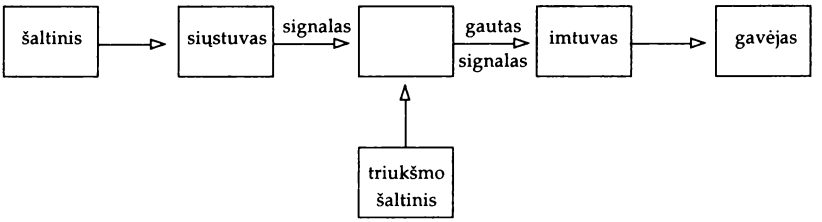
Ištakos

Shannono ir Weaverio *Matematinė komunikacijos teorija* (1949; Weaver, 1949b) plačiai pripažinta vienu iš pagrindinių daigų, išauginusių komunikacijos mokslą. Tai ryškus proceso mokyklos pavyzdys, kai komunikacija yra laikoma pranešimų perdavimu.

Antrojo pasaulinio karo metais jie dirbo „Bell Telephone Laboratories" kompanijoje JAV ir pagrindinis jų interesas buvo išspręsti efektyviausio komunikacijos *kanalų* panaudojimo problemą. Jiems pagrindiniai kanalai buvo telefono kabelis ir radijo bangos. Jie sukūrė teoriją, leidusią nustatyti, kaip kokiu nors kanalu perduoti maksimalų informacijos kiekį ir išmatuoti bet kokio kanalo informacijos laidumą. Šis dėmesys kanalui ir jo laidumui atitinka jų inžinerinę ir matematinę specialybes, bet jie teigia, kad jų teorija gali būti taikoma visai žmonių komunikacijai.

Shannono ir Weaverio modelis (1949; Weaver, 1949b)

Pagrindiniame jų modelyje komunikacija pateikiama kaip paprastas tiesinis procesas. Jo paprastumas sulaukė daug šalininkų, o tiesinis, procesinis pobūdis – daug kritikos. Bet mums vertėtų žvilgtelėti į modelį (2 pav.) prieš aptariant jo reikšmę ir stengiantis jį įvertinti. Iš pirmo žvilgsnio modelis atrodo lengvai suprantamas, akivaizdus jo paprastumas ir tiesiškumas. Vėliau grįšime prie šių elementų.



2 pav. *Shannono ir Weaverio komunikacijos modelis*

Shannonas ir Weaveris nurodo tris komunikacijos studijų problemų lygius:

A lygis — Kaip tiksliai komunikacijos simboliai gali būti perduoti?
(techninės problemos)

B lygis — Kaip tiksliai perduoti simboliai išreiškia norimą reikšmę?
(semantinės problemos)

C lygis — Kaip efektyviai gauta reikšmė paveikia elgesį norima linkme?
(efektyvumo problemos)

Techninės A lygio problemos lengviausiai suprantamos ir kaip tik joms paaiškinti sukurtas šis modelis.

Semantines problemas taip pat lengva nustatyti, bet daug sunkiau išspręsti, kai tenka apimti sritį nuo žodžių reikšmių iki to, ką galėtų reikšti rusui JAV naujienų laidos vaizdai. Shannonas ir Weaveris mano, kad reikšmė yra pranešime, taigi gerindami iškodavimą padidinsime semantinį tikslumą. Bet čia veikia taip pat ir kultūriniai veiksniai, kurių modelis neapibrėžia – juk bent jau tiek pat reikšmės yra kultūroje, kiek ir pranešime.

Efektyvumo problemos iš pirmo žvilgsnio lyg ir nurodo į tai, kad Shannonas ir Weaveris supranta komunikaciją kaip manipuliaciją ar propagandą, nes manoma, kad A efektyviai komunikavo su B, jei B reagavo taip, kaip norėjo A. Šie autoriai neapsaugoti nuo tokios

kritikos, ir vargu ar nuo jos apgina teiginys, kad estetinė ar emocinė reakcija į meno kūrinį yra komunikacijos *efektas*.

Shannonas ir Weaveris teigia, kad šie trys lygiai neizoliuoti, bet yra tarpusavyje susiję ir vienas nuo kito priklauso, ir kad jų modelis, nepaisant ištakų A lygyje, vienodai gerai veikia visuose trijuose lygiuose. Studijuoti komunikaciją kiekvienu atskirai ir visais šiais lygiais – reiškia suprasti, kaip galima pagerinti proceso *tikslumą* ir *efektyvumą*.

Bet grįžkime prie mūsų modelio. Manoma, kad *šaltinis* priima sprendimus, tai yra šaltinis nusprendžia, kokį pranešimą siųsti, arba tiksliau – parenka vieną iš galimų pranešimų. Tada šis parinktas pranešimas *siųstuvo* yra paverčiamas į *signalą* ir *kanalu* siunčiamas *imtuvui*. Telefonui kanalas yra laidas, signalas – elektros srovė jame, o siųstuvas ir imtuvas yra telefono ragelis. Pokalbio metu vieno asmens burna yra siųstuvas, signalas yra garso bangos, kurios sklinda oru (žmonės negalėtų kalbėti vakuume), o kito asmens ausys yra imtuvas.

Akivaizdu, kad kai kurios modelio dalys gali veikti ne vieną kartą. Pavyzdžiui, norint perduoti pranešimą telefonu, vieno asmens burna perduoda signalą į ragelį, kuris tuo momentu yra imtuvas ir iš karto tampa siųstuvu, kad nusiųstų signalą į kito asmens ragelį, o šis jį priima ir per orą perduoda į jo ausį. Gerbnerio modelis, kaip pamatysime vėliau, geriau paaiškina šį kai kurių proceso stadijų dubliavimą.

Triukšmas

Vienintelė modelio sąvoka, kurios prasmė nėra iš karto aiški – triukšmas. Triukšmas – tai bet kas, prisijungiantis prie signalo tarp jo perdavimo ir priėmimo be šaltinio valios. Tai gali būti garso trukdžiai ar traškesiai telefono linijoje, statinės iškrovos radijo signale ar „sniegas" televizoriaus ekrane. Tai vis pavyzdžiai triukšmo, atsirandančio kanale, ir šios rūšies triukšmas A lygyje Shannonui ir Weaveriui labiausiai rūpi. Bet triukšmo sąvoka buvo išplėsta į jos reikšmę įtraukiant bet kokį signalą, kuris nebuvo perduotas šaltinio, ar bet ką, kas trukdo tiksliai iškoduoti norimą signalą. Nepatogi kėdė paskaitos metu taip pat gali būti triukšmo šaltinis, nes mes priimame signalus ne tik savo akimis ir ausimis. Mintys, kurios yra įdomesnės nei pranešėjo žodžiai, taip pat yra triukšmas.

Shannonas ir Weaveris pripažįsta, kad A lygio triukšmo sąvoka turėtų būti praplėsta, kad padėtų spręsti B lygio problemas. Jie skiria semantinį triukšmą (B lygis) ir inžinerinį triukšmą (A lygis) ir mano, kad tarp techninio imtuvo ir gavėjo vietos galėtų būti įterptas blokelis „semantinis imtuvas". Semantinis triukšmas yra apibrėžiamas kaip bet kokie komunikacijos procese atsirandantys reikšmės iškraipymai, kurių nebuvo šaltinio ketinimuose, bet kurie veikia pranešimo gavėjo suvokimą jo paskirties vietoje.

Ar triukšmas atsirastų kanale, auditorijoje, siųstuve ar pačiame pranešime, jis visada iškreipia siuntėjo ketinimus ir taip riboja konkrečioje situacijoje tam tikru laiku norimos perduoti informacijos kiekį. Siekiant įveikti triukšmo sukeltas problemas, Shannonui ir Weaveriui teko toliau imtis fundamentalių sąvokų.

Informacija: pagrindinė sąvoka

Nepaisant pretenzijų apimti A, B ir C lygius, iš tikrųjų Shannonas ir Weaveris koncentruojasi ties A lygiu. Šiame lygyje jie vartoja terminą *informacija* specialia, techninе prasme, ir norėdami jį suprasti turime ištrinti iš savo galvos įprastinę kasdieninę jo reikšmę.

Informacija A lygyje yra signalo nuspėjamumo matas, tai yra pasirinkimų, prieinamų siuntėjui, skaičius. Tai neturi nieko bendra su jo turiniu. Signalas, kaip atsimename, yra fizinė pranešimo forma – garso bangos ore, šviesos bangos, elektros impulsai, prisilietimai ar kas nors kita. Taigi galima imti kodą, kuris susideda iš dviejų signalų – vieno ar dviejų elektros lemputės žybtelėjimų. *Informacija*, esanti bet kuriame iš šių signalų, yra vienodai – 50 procentų nuspėjama. Tai nepriklauso nuo to, ką tie signalai iš tiesų reiškia – vienas žybtelėjimas gali reikšti „Taip", du – „Ne" arba vienas žybtelėjimas gali reikšti „Senąjį Testamentą", o du – „Naująjį". Šiuo atveju „Taip" turi tiek pat informacijos, kiek „Senasis Testamentas". Informacija, esanti raidėje „u", kai ji seka po raidės „q", anglų kalboje yra nulinė, nes visiškai nuspėjama.

Informacija: papildomos įžvalgos

Mes galime panaudoti vienetą „bitą" informacijai matuoti. Žodis „bitas" yra santrumpa iš binarinis skaitmuo (angl. *binary digit*) ir iš

tiesų reiškia pasirinkimą tarp „Taip" ir „Ne". Šie binariniai pasirinkimai, arba binarinės opozicijos, yra kompiuterinės kalbos pagrindas; dauguma psichologų mano, kad tokiu pačiu būdu veikia ir mūsų smegenys. Pavyzdžiui, jei mes norime nustatyti kieno nors amžių, greitai perbėgame seriją binarinių pasirinkimų: ar jis jaunas, ar senas, jei jaunas, tai suaugęs ar jaunuolis, jei jaunuolis, tai paauglys ar vaikas, jei vaikas, tai mokyklinio ar ikimokyklinio amžiaus, jei ikimokyklinio, tai ar vaikščiojantis ar kūdikis? Atsakymas yra kūdikis. Čia, šioje binarinių pasirinkimų sistemoje žodis „kūdikis" turi penkis informacijos bitus, nes mes penkis kartus rinkomės. Čia, žinoma, nepastebimai perėjome į B lygį, nes tai semantinės ar reikšmių kategorijos, o ne paprasti signalai. Šiame lygmenyje „informacijos" sąvoka daug artimesnė įprastam šio termino vartojimui. Taigi, jei sakome, kad kažkas yra jaunas, mes suteikiam tik vieną bitą informacijos, kad jis nėra senas. Jei sakom, kad jis yra kūdikis – suteikiam penkis bitus informacijos, bet tik su sąlyga, kad naudojame anksčiau aprašytą klasifikavimo sistemą.

B lygyje „informacijos" sąvoka kelia rūpesčių. Semantinės sistemos taip tiksliai neapibrėžiamos kaip A lygio signalų sistemos, ir todėl kiekybiškai matuoti informaciją yra sunkiau, ir, sakytume, netinka. Neabejotina, kad raidė (t.y. A lygio signalų sistemos elementas) turi penkis bitus informacijos. (Klausiam, ar ji yra iš pirmos, ar antros abėcėlės pusės, po to – pirmos ar antros pasirinktos abėcėlės pusės, ir t.t. Penki klausimai, arba binariniai pasirinkimai, leidžia nustatyti bet kokią abėcėlės raidę.) Bet labai abejotina, ar galima tokiu pat būdu matuoti reikšmę.

Akivaizdu, kad inžinerinis ir matematinis Shannono ir Weaverio darbų pagrindas matyti ir jų akcentuose. Kuriant telefono sistemą, esminis veiksnys yra jos perduodamų signalų skaičius. *Ką* žmonės sako iš tiesų – nesvarbu. Mums rūpi, kiek tokia mechaniškai pagrįsta teorija gali būti naudinga platesnėms komunikacijos studijoms. Nepaisant abejonių dėl kiekybinio reikšmės ir informacijos matavimo, informacijos kiekio ir galimų pasirinkimų kiekio susiejimas yra vertinga įžvalga, ir, kaip pamatysime vėliau, ji labai panaši į lingvistikos ir semiotikos kalbos prigimties supratimą. Mintis apie nuspėjamumą ir pasirinkimą svarbi komunikacijos supratimui.

Perteklius ir entropija

Perteklius: pagrindinės sąvokos

Su „informacija" glaudžiai susijusi *pertekliaus* sąvoka. Perteklius yra tai, kas pranešime nuspėjama, įprasta. Pertekliaus priešybė yra *entropija*. Perteklius yra didelio nuspėjamumo, entropija – menko nuspėjamumo rezultatas. Taigi sunkiai nuspėjamas pranešimas gali būti vadinamas entropiniu ir labai informatyviu. Priešingai, labai nuspėjamas pranešimas yra perteklinis ir menkai informatyvus. Jei susitinkame gatvėje draugą ir sakome „labas", tai yra labai nuspėjamas, smarkiai perteklinis pranešimas.

Bet tai nereiškia, kad veltui švaistomas mūsų laikas ir pastangos. Kai nespecialistas vartoja šį terminą nenaudingumui nurodyti – klaidina. Perteklius ne tik naudingas komunikacijai, jis yra besąlygiškai būtinas. Teoriškai komunikacija *gali* vykti be pertekliaus, bet praktiškai situacijos, kuriose tai įmanoma, yra tokios retos, kad tarsi neegzistuoja. Tam tikras perteklius yra būtinas praktinei komunikacijai. Apie 50 proc. anglų kalbos yra perteklius. Tai reiškia, kad galima išmesti apie 50 proc. anglų kalbos žodžių ir vis tiek kalba išliks tinkama vartoti, galinti perduoti suprantamus pranešimus.

Perteklius: papildomos įžvalgos

Taigi perteklius atlieka dviejų pagrindinių tipų funkcijas: pirmosios yra techninės, sėkmingai nustatytos Shannono ir Weaverio, antrosios – pereina į socialinį lygmenį.

Perteklius kaip techninė pagalbinė priemonė

Shannonas ir Weaveris parodo, kaip perteklius padeda tiksliau iškoduoti ir suteikia galimybę patikrinti, surasti klaidas. Tik dėl pertekliaus kalboje galima nustatyti rašybos klaidas. Neperteklinėje kalboje vienos raidės pakeitimas reikštų žodžio pokytį.

Taigi „comming" būtų kitas žodis nei „coming" ir būtų neįmanoma pasakyti, kad pirmasis žodis klaidingai parašytas. Žinoma, galėtų padėti kontekstas. Jei taip atsitiktų, kontekstas būtų pertekliaus šaltinis. Įprastinėje kalboje žodžiai nėra vienodai tikėtini. Jei aš sakau „Pava-

saris...", tai sukuriu kontekstą, kur „ateina" labiau tikėtinas, taigi ir labiau nuspėjamas, nei, pavyzdžiui, „stiklinis langas". Žinoma, įmanoma, kad poetas ar naujų langų reklamuotojas parašytų „Pavasaris yra stiklinis langas", bet tai būtų labai entropinis kalbos vartojimas.

Mes visada patikriname bet kokio gauto pranešimo tikslumą, palygindami su tikėtinu. Tai, kas yra tikėtina, yra nustatyta mūsų patirties – kodo, konteksto, pranešimo pobūdžio, kitaip sakant, vartojimo ir susitarimo (papročių) patirties. *Susitarimas* (angl. *convention*) yra pagrindinis pertekliaus, taip pat ir lengvo iškodavimo šaltinis. Rašytojas, kuris laužo priimtas normas, nenori būti lengvai suprastas: rašytojai, siekiantys lengvos komunikacijos su skaitytojais, laikosi atitinkamų bendrai priimtų normų. Grįšim prie klausimo apie susitarimą ir perteklių vėliau.

Perteklius taip pat padeda įveikti triukšmingo kanalo trūkumus. Kai blogas telefono ryšys, pakartojame, ką pasakę, per radiją ar telefoną sakoma paraidžiui: „O" kaip „obuolys", „C" – kaip „cukrus" ir t.t. Reklamos kūrėjai, kurių pranešimai dėl mūsų dėmesio turi varžytis su daugeliu kitų (t.y. jie naudojasi triukšmingu kanalu), sukurs paprastą, pasikartojantį, nuspėjamą pranešimą. Kas tikisi sulaukti viso mūsų dėmesio, kaip techninė reklama specialiame žurnale, – gali kurti entropiškesnį pranešimą, turintį daugiau informacijos. Padidintas perteklius taip pat padeda įveikti entropiško pranešimo perdavimo problemas. Visai nenuspėjamą pranešimą ar priešingą tam, ko tikėtasi, reikės ne kartą pakartoti, dažnai skirtingais būdais. Arba jam reikės specialaus parengimo: „Dabar jus nustebinsiu, pasakysiu, ko visai nesitikit...".

Perteklius padeda išspręsti ir problemas, susijusias su auditorija. Jei norime, kad mūsų pranešimas pasiektų didelę heterogenišką auditoriją, reikės jį sukurti labiau perteklinį. Antra vertus, mažai, homogeniškai, specialistų auditorijai tiktų entropiškesnis pranešimas. Populiarus menas labiau perteklinis nei elitinis. Skalbimo miltelių reklama labiau perteklinė nei verslo kompiuterių.

Kanalo pasirinkimas gali paveikti pranešimo pertekliaus poreikį. Šneka turi būti labiau perteklinė nei raštas, nes klausytojas neturi galimybių pasitelkti savo perteklinių priemonių, kaip skaitytojas, skaitydamas du kartus.

Taigi pirmoji pertekliaus funkcija yra susijusi su būdais, padedančiais įveikti praktinės komunikacijos problemas. Šios problemos gali būti dėl tikslumo ir klaidų, dėl kanalo triukšmo, pranešimo pobūdžio ar auditorijos.

Entropija

Entropija mažiau vertinga sąvoka studijuojantiems komunikaciją, nes ji sukuria komunikavimo problemą, o perteklius yra komunikacijos pagerinimo priemonė. Bet entropija geriausiai gali būti suprantama kaip maksimalus nenuspėjamumas. A lygyje entropija paprasčiausiai yra galimų signalo pasirinkimų skaičiaus ir šių pasirinkimų tikimybės matas. Jei norime vizualiai perduoti tai, kas sudaro kortų malką, rodydami kiekvieną kortą atskirai, tai kiekvienas signalas bus maksimaliai entropiškas, jei malka visai sumaišyta. Tačiau jei sudėliosime kortas eilės tvarka, kiekvienas signalas bus maksimaliai perteklinis, su sąlyga, kad pranešimo priėmėjas žino ar gali nustatyti kortų malkos struktūrą ar modelį.

Perteklius ir konvencija

Struktūruoti pranešimą pagal bendrus pavyzdžius, arba konvencijas, yra vienas iš entropijos sumažinimo ir pertekliaus padidinimo būdų. Meninė struktūra arba ornamentas, uždėtas ant kokios nors medžiagos, daro visai tą patį. Rimuojama poezija, naudodama pasikartojančius ir todėl nuspėjamus rimo ir ritmo šablonus, mažina entropiją ir didina perteklių.

Shall I compare thee to a summer day?
Thou art more lovely and more temperate:
Rough winds do shake the darling buds of...

Tu man graži kaip vasaros diena,
Švelnesnė tu negu akis padangių,
Kuri čia pat kaitrios ugnies ...

(vertė A. Churginas. Iš Šekspyras, *Raštai*, t. VI, Vilnius, 1965, p. 154)

Konvencija, arba soneto forma, lemia tai, kad kitas žodis A lygyje turi būti vieno skiemens ir rimuotis su „day" (diena). Signalo pasirinkimas yra ribotas. Kita konvencija, didinanti perteklių, čia yra sintaksė. Tai dar labiau sumažina pasirinkimo galimybes – iki daiktavardžio. B lygyje, kur mes tikimės, kad žodis ne tik atitiktų formą, bet ir būtų prasmingas, dar labiau sumažėja pasirinkimo galimybė. Iš tiesų – negali būti nei „hay" (šienas) nei „way" (kelias). Sheakspeare'o pasirinktas žodis „May" (gegužė) iš tiesų turėtų būti beveik visai perteklinis. Bet jis atrodo visai teisingas ir estetiškai tinkamas. Perteklius yra esminė meno kūrinio formos ar struktūros teikiamo pasitenkinimo dalis.

Kuo populiaresnis ir priimtinesnis meno kūrinys, tuo daugiau pertekliaus jo formoje ir turinyje. Tradicinė liaudies daina ar televizijos serialas – akivaizdūs pavyzdžiai. Ar dėl to reikia suprasti, kad aukštasis menas būtinai yra entropiškesnis viename ar abiejuose lygiuose A (forma) ir B (turinys)? Taip galėtų būti, tačiau komunikacijos teorija leistų teigti, kad esminis veiksnys yra ne „aukštumas", bet meno kūrinio suvokiamumas plačiai auditorijai. Kitaip sakant, gali būti populiarus aukštasis menas, bet jis beveik visada konvencinis – prisiminkim Jane Austen ar Beethoveną kaip populiarius aukštojo meno atstovus.

Kai kalbame apie meno kūrinių entropiją ir perteklių, reikia prisiminti, kad tai nėra kažkas statiška ir pastovu. Meninė forma ar stilius gali laužyti egzistuojančias konvencijas, taigi ir būti entropiški amžininkų auditorijai, bet vėliau gali kurti savo konvencijas ir taip padidinti savo perteklių, kai šių konvencijų išmokstama ir jos plačiau pripažįstamos. Tai gerai iliustruoja impresionizmo pavyzdys: impresionistinis tapybos stilius auditorijos iš pradžių buvo atmestas, o dabar jo galima rasti ant šokolado dėžučių ar kalendorių.

Plačiau šnekant, galime sakyti, kad užkoduotojai (artistai, pamokslininkai ar politikai), kurie vartoja perteklių savo pranešimuose, yra atidūs auditorijai. Jiems rūpi komunikacija. Kurie to nedaro – labiau rūpinasi turiniu arba (jei jie menininkai) forma. Taigi perteklius pirmiausia susijęs su komunikacijos efektyvumu, jos problemų įveikimu.

Perteklius ir socialiniai santykiai

Kaip buvo minėta, galimas platesnis pertekliaus suvokimas, kur ši sąvoka taip pat sėkmingai gali atlikti kitokią, nors ir gimininga, funkciją. Kai gatvėje sakome „labas", siunčiame labai perteklinį pranešimą. Bet čia nereikia spręsti jokių komunikacijos problemų. Šiuo atveju nėra triukšmo; nenorima perteikti entropinio turinio; auditorija yra dėmesinga. Imamasi to, ką Jakobsonas (žr. žemiau) vadina *fatine komunikacija*. Taip jis apibrėžia komunikacijos aktus, kuriuose nėra nieko nauja, jokios informacijos, bet kurie pasinaudoja egzistuojančiais kanalais vien tam, kad išlaikytų juos atvirus ir tinkamus naudoti. Faktiškai, žinoma, čia yra ir kažkas daugiau. Kai sakome „labas", palaikome ir sustipriname egzistuojantį ryšį. Ryšiai gali egzistuoti tik per nuolatinę komunikaciją. Mūsų „labas" šio ryšio gal ir nepakeis ar nesustiprins, bet nepasakius „labas" jis tikrai susilpnėtų.

Socialpsichologai mini ego varomąją jėgą, poreikį būti pastebėtiems, pripažintiems ir priimtiems. Nepasakius „labas", tai yra visiškai ignoruojant ar laikant ką nors tuščia vieta, šis poreikis žlugdomas. Socialiai būtina pasakyti „labas". Fatinė komunikacija, palaikydama ir iš naujo patvirtindama ryšį, lemia bendruomenės ar visuomenės išsilaikymą kartu. Fatinė komunikacija yra labai perteklinė. Tokia ji ir turi būti, nes ji susijusi su egzistuojančiais ryšiais, o ne su nauja informacija. Asmeninėse situacijose konvencionalūs žodžiai ir elgesys, tokie kaip sveikinimasis, yra fatinė, perteklinė komunikacija, kuri iš naujo patvirtina ir sustiprina socialinius ryšius. Mes vadiname tai mandagumu.

Tai rodo šių dviejų pertekliaus funkcijų panašumus. Mandagus asmuo, įsitraukęs į fatinę komunikaciją, yra taip pat dėmesingas auditorijai ar pranešimo priėmėjui, kaip ir komunikatorius, savo veikloje pasitelkęs perteklių. Tai nėra šiaip sutapimas, kad žodis konvencija nurodo ir mandagaus žmogaus elgesį, ir populiaraus menininko stilių.

Tą panašumą galime išplėtoti. Labai konvencinės meno formos, kaip liaudies dainos, atlieka fatinę funkciją. Nieko nėra pertekliškesnio už liaudies dainos priedainį, bet jį dainuodami mes dar kartą patvirtiname savo priklausomybę šiai konkrečiai grupei ar subkultūrai. Iš tiesų subkultūros, jei ne visai, tai bent iš dalies apibrėžiamos pagal bendrą meninį skonį. Paauglių subkultūros mūsų visuomenėje api-

brėžiamos pagal muzikos tipą ar šokių judesius. Muzika ar šokis yra konvenciniai: bendros konvencijos suburia gerbėjus į subkultūrą. Kitos muzikos ar šokio formos neįsileidžiamos, kadangi jos nukrypsta nuo pripažintos konvencijos.

Esmė ta, kad konvencinių, perteklinių muzikos ar šokio aspektų vartojimas nustato ir patvirtina priklausomybę grupei. Individualios variacijos leidžiamos tik konvencijos ribose, kitaip tariant, entropiški individualūs elementai priimtini tik išlaikant perteklinę formą.

Kitas pavyzdys, kaip pertekliaus sąvoka leidžia susieti socialinį elgesį su pranešimo forma, galėtų būti bendras avangardinio, nekonvencinio, entropinio meno suvokimas. Auditorija dažnai įsižeidžia ir jaučiasi paniekinta, kai menininkas sulaužo menines konvencijas, lyg jis būtų su jais socialiai nemandagus.

Reakcija į impresionistus ar pirmuosius *Belaukiant Godo* spektaklius yra akivaizdūs pavyzdžiai.

Apsistojome ilgiau ties pertekliumi nei kitais Shannono ir Weaverio modelio aspektais, nes tai bene vaisingiausia jų sąvoka. Manome, kad ji siūlo unikalias žmogiškosios komunikacijos įžvalgas, nes leidžia susieti akivaizdžiai labai skirtingus proceso elementus.

Analizė

Patikrinkime šį teiginį. Pažiūrėkime į 1a iliustraciją. Kaip jums atrodo, ji entropinė ar perteklinė?

1a iliustracija. *„Tikrovės veidrodis"?*

Savo *forma* ji yra perteklinė, nes atrodo kaip įprasta naujienų nuotrauka, karštas momentas, pagautas kamera. Bet įdėmiau įsižiūrėjus į *turinį* gali kilti kitos mintys. Nedažnai matome grupę policininkų, akivaizdžiai puolančią respektabiliai apsirengusią jauną ledi (net jei ji juodoji). Konvencionaliai mes manome, kad policininkai yra įstatymo ir tvarkos *gynėjai*, o ne agresoriai. Nuotraukas paprastai nėra taip lengva iškoduoti, kaip atrodo, jos yra atviros daugeliui perskaitymo būdų: vienas tikrai galimų šios nuotraukos perskaitymų – policija yra agresoriai, o juodieji – aukos. Jei tai ir norėta perduoti, tai šis pranešimas tipiškam *Daily Mirror* skaitytojui būtų entropinis, nors tikriausiai labai perteklinis kai kuriems miesto juodiesiems.

Taigi, kai *Daily Mirror* nutarė, kad dramatinis nuotraukos poveikis yra pakankamai stiprus, kad ji būtų išspausdinta pirmame puslapyje, jiems teko kažkaip sumažinti entropiją ir padidinti perteklių. Kitaip tariant, jiems teko šį policijos įvaizdį priartinti prie to, ką mes konvencionaliai apie juos galvojame. Nepamirškime, kad *Daily Mirror* yra populiarus didžiulio tiražo laikraštis, todėl jo pasakojimai turėtų būti santykiškai nuspėjami, santykiškai pertekliniai. Taigi redaktorius padarė štai ką: jis kaip atsvarą įdėjo kitą nuotrauką ir pridėjo antraštę (1b iliustracija).

Antraštės mūsų supratimą, kas buvo agresorius ir kas auka, stumteli atgal konvencionalumo link. KONFRONTACIJA siūlo mintį, kad agresija buvo bent jau abipusė. Antraštė „Demo* juodieji susidūrė su Londono policija" byloja juodųjų nenaudai, kaip ir sužeisto policininko nuotrauka. Originaliai nuotraukai redaktorius suteikė kontekstą, dėl kurio ji geriau atitinka konvencionalius požiūrius ir tikėjimus. (8 skyriaus 169–170 puslapiuose pateikiami auditorijos apklausos rezultatai, paremiantys šį tvirtinimą.) Jis suteikė jai daugiau pertekliaus. Čia mes matome veikiančius abu pertekliaus tipus. Techniniame lygyje kontekstas paprasčiausiai palengvina nuotraukos iškodavimą, ypač greitosiomis, iš pirmo žvilsnio. Socialinių santykių lygyje matome, kaip sustiprinami socialiniai saitai. Tai rodo, kad mes (skaitytojai) esame bendruomenė su tais pačiais požiūriais, tomis pačiomis socialinėmis reikšmėmis. Dalykus mes suprantame taip pat.

* Demo – demokratai (laikraštinis žargonas).

Tai sustiprina ir mūsų socialinius ryšius su kitais, ir mūsų pasaulėžiūros teisingumo pojūtį.

Perteklius apskritai veikia už *status quo* ir prieš pokyčius. Entropija mažiau patogi, labiau stimuliuojanti, tikriausiai labiau šokiruojanti, bet ją sunkiau efektyviai perduoti.

DAILY Mirror

Tuesday, March 3, 1981 12p

Demo blacks clash with London police

VICTIM: A policeman is helped to safety.

Flashpoint—Page 5. The Spoilers—Centre Pages.

FLARE-UP: Police and marchers clash at flashpoint of the "peaceful" demo that went wrong. Pictures: ALISDAIR MACDONALD

CONFRONTATION

1b iliustracija. *Daily Mirror*

Kanalas, priemonė, kodas

Pagrindinės sąvokos

Modelyje yra dar dvi svarbios, iki šiol mūsų neaptartos sąvokos: tai *kanalas* ir *kodas*. Tiesą sakant, tinkamai juos apibrėžti galime tik susiedami su žodžiu, kurio Shannonas ir Weaveris nenaudoja, bet vėlesni autoritetai manė esant naudingą. Šis žodis yra *priemonė* (angl. *medium*).

Kanalas

Iš šių trijų sąvokų kanalą lengviausia apibrėžti. Tai paprasčiausiai fizinės priemonės, kuriomis perduodamas signalas. Pagrindiniai kanalai yra šviesos, radijo bangos, telefono kabeliai, nervų sistema ir pan.

Priemonės

Priemonių pagrindas yra techniniai ar fiziniai būdai, kuriais pranešimas konvertuojamas į tinkamą perduoti kanalu signalą. Žmogaus balsas yra priemonė; transliavimo technologija sudaro radijo ir televizijos priemones. Technologinės ar fizinės priemonių savybės priklauso nuo kanalų, tinkamų joms naudoti, prigimties. O šios priemonių savybės nulemia kodų, kuriuos jos gali perduoti, diapazoną. Priemones galime suskirstyti į tris pagrindines kategorijas:

1. Prezentacinės (pristatančios) priemonės: balsas, veidas, kūnas. Jos naudojasi „natūraliomis" pasakytų žodžių, išraiškų, gestų ir panašiomis kalbomis. Joms reikalingas komunikatoriaus dalyvavimas, nes jis yra priemonė; jas riboja laikas ir vieta ir jos atlieka komunikacijos *aktus*.

2. Reprezentacinės (atstovaujančios, vaizduojančios) priemonės: knygos, paveikslai, nuotraukos, raštas, architektūra, interjeras, sodininkystė, ir t.t. Yra daugybė priemonių, kurios naudojasi kultūrinėmis ir estetinėmis konvencijomis tam tikriems „tekstams" sukurti. Jos yra vaizduojančios, kūrybiškos, sukuria tekstą, galintį užfiksuoti pirmosios kategorijos priemones ir

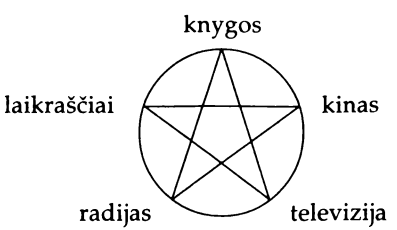
egzistuoti nepriklausomai nuo komunikatoriaus. Jos „gamina" komunikacijos *dirbinius.*

3. Mechaninės priemonės: telefonas, radijas, televizija, teleksas. Tai yra pirmosios ir antrosios kategorijos priemonių perdavėjai. Pagrindinis skirtumas tarp antrosios ir trečiosios kategorijų yra tai, kad trečiosios kategorijos priemonės naudoja inžinierių sukurtus kanalus, taigi labiau varžomos technologiškai ir yra labiau veikiamos A lygio triukšmo nei antrosios kategorijos priemonės.

Bet šios kategorijos persismelkia viena į kitą, todėl kartais paprasčiau jas sujungti į vieną. Kategorizavimas yra skirtumų nustatymas, bet taip pat svarbu pagalvoti ir apie priemonių panašumus.

Priemonės: papildomos įžvalgos

Geras priemonių panašumų ir skirtumų tyrinėjimo pavyzdys yra Katzo, Gurevitchiaus ir Hasso darbas (1973). Jie paaiškino penkių pagrindinių masinių komunikacijos priemonių tarpusavio sąveiką, pasitelkę apskritimo modelį (žr. 3 pav.). Jie atliko didelės auditorijos apklausą siekdami nustatyti, kodėl žmonės teikia pirmenybę vienoms, o ne kitoms priemonėms. Jie tyrinėjo žmonių poreikius ir konkrečių priemonių pasirinkimo šiems poreikiams patenkinti priežastis. Žmonių atsakymai leido tyrinėtojams išdėstyti priemones priklausomai nuo jų sąryšio ratu, kaip parodyta 3 paveiksle. Auditorija manė, kad kiekviena priemonė buvo panašiausia į savo dvi kaimynes, ar, kitaip sakant, jie manė, kad jei viena priemonė yra neprieinama, jos funcijas geriausiai atliktų esančios iš abiejų jos pusių.



3 pav. *Priemonių sąryšis*

Žmonės linkę skaityti laikraščius, klausytis radijo ir žiūrėti televiziją, kad palaikytų ryšį su visuomene, o knygos ir filmai padeda jiems kuriam laikui pabėgti nuo realybės. Labiau išsilavinę žmonės paprastai renkasi spausdintas, kiti – elektronines ir vizualines priemones. Knygos buvo dažniausia priemonė siekiant save pažinti.

Jei pažvelgsime, kokiems pagrindiniams poreikiams patenkinti žmonės naudoja komunikacijos priemones, o po to susiesime juos su konkrečių priemonių pasirinkimu tiems poreikiams patenkinti, galėsime sudaryti 1 lentelę.

Kodas: pagrindinės sąvokos

Kodas yra bendra kokios nors kultūros ar subkultūros narių reikšmių sistema. Ji sudaryta iš ženklų (pvz., fizinių signalų, reiškiančių kažką kitą nei jie patys) ir taisyklių ar konvencijų, kokiame kontekste ir kaip šie ženklai naudojami ir kaip jie gali būti derinami sudarant

1 lentelė. *Auditorijos poreikiai*

Poreikiai	Poreikių tenkinimo priemonių pasirinkimo tvarka				
	1	2	3	4	5
A. Asmeniniai poreikiai					
1. Savivoka	K	L	R	T	Ki
2. Pramoga	Ki	T	K	R	L
3. Bėgimas nuo realybės	K	Ki	T	R	L
B. Socialiniai poreikiai					
1. Pasaulio pažinimas	L	R	T	K	Ki
2. Pasitikėjinas savimi, stabilumas, savęs įvertinimas*	L	R	T	K	Ki
3. Šeimos ryšių stiprinimas	T	Ki	R	L	K
4. Draugystės ryšių stiprinimas	Ki	T	L	R	K

Reikšmės: K – knygos, Ki – kinas, L – laikraščiai, R – radijas, T – televizija

* Šis poreikis gali būti apibrėžtas trimis būdais: poreikis jausti, kad esi įtakingas, poreikis jausti, kad ir kiti taip pat mano, palaikyti panašias aspiracijas.

sudėtingesnius pranešimus. Būdai, kuriais kodai siejasi su savo kultūra ir vystosi joje, yra sudėtingi. Ketvirtame skyriuje panagrinėsime kodus smulkiau. Čia norėtųsi apibrėžti patį terminą, atkreipiant dėmesį į pagrindines sąsajas tarp kodų, kanalų ir priemonių.

Paprasčiausias ryšys yra tarp kodų ir *kanalų*. Ryškios fizinės kanalų charakteristikos lemia ir jų perduodamų kodų prigimtį. Telefonas apsiriboja kalbinėmis ir kai kuriomis nekalbinėmis (intonacijos, kirčio, garsumo ir t.t. kodai) priemonėmis**. Mes sukūrėme keletą *antrinių kodų* tik tam, kad jau užkoduotas pranešimas galėtų būti perduotas tam tikru kanalu. Pranešimas pirminiu kalbiniu kodu gali būti perkoduotas įvairiais antriniais kodais – Morzės, šviesoforo, kučnebylių, rašytas ranka, Brailio raštu, spausdintas. Visi šie antriniai kodai priklauso nuo fizinių savo kanalų ar mechaninių komunikacijos priemonių savybių.

Kodo ir *priemonės* sąsajos nėra tokios akivaizdžios. Televizija yra priemonė, kuri naudoja vaizdo ir garso kanalus. Buscombe'as (1975) pažymi, kad tokios programos kaip „Dienos rungtynės" (*Match of the Day*) naudoja ir specifinius kanalo, ir specifinius priemonės kodus. Specifiniai kanalo kodai yra:

1) vaizdo kanalas – tiesioginis veiksmo vaizdas, vaizdas studijoje, grafika;
2) garso kanalas – triukšmo, kalbos ir muzikos įrašai.

Po to Buscombe'as analizuoja specifinius vaizdo kanale naudojamus priemonės kodus. Tai apšvietimo, spalvos, greičio, ryškumo, kadravimo, kameros vietos ir judėjimo bei redagavimo kodai. Jis parodo, kad nors techninės priemonės ribos apibrėžia galimus kiekvieno kodo panaudojimo atvejus, tikrąjį jų panaudojimą lemia transliuotojų kultūra.

Kalbant apie tokią priemonę kaip „drabužiai", matyti, kad sunku atskirti kodą nuo priemonės. Ar verta kalbėti apie skirtingus drabužių kodus, ar tiesiog apie skirtingus pranešimus, perduodamus tuo pačiu kodu? Formalus susitarimas dėl sagos ar karinės uniformos antsiuvo reikšmės, žinoma, skiriasi nuo neformalaus susitarimo dėl mažiau apibrėžtos džinsų reikšmės savo pobūdžiu, bet nebūtinai esme. Ir

** Telefoninio ryšio galimybės plečiasi.

priemonė, ir kodas turi tas pačias ribas, bet mes studijuojame kodą, nes tai signifikantas, kuriam priemonė tik padeda. Visos kultūros ir visuomenės turi komunikacijos priemonę – rūbus (net ir nudistai, kurie apibrėžiami kaip jų neturintys): komunikacija vyksta per kultūra pagrįstus kodus, perduodamus tam tikromis priemonėmis.

Rūbai taip pat turi ir nekomunikacinę funkciją – jie apsaugo nuo aplinkos poveikio. Daugelis kultūros artefaktų turi šią dvigubą funkciją – fizinę, technologinę ir komunikacinę. Namus, automobilius, baldus pirmiausiai apibūdina jų technologinė funkcija, o po to, per dizainą, jų komunikacinė funkcija. Priemonę riboja technologija – kodai veikia technologijų leidžiamose ribose.

Grįžtamasis ryšys

Pagrindinės sąvokos

Kaip ir priemonė, *grįžtamasis ryšys* yra Shannono ir Weaverio nevartota sąvoka, bet vėlesnių tyrinėtojų laikoma naudinga. Trumpai šnekant, grįžtamasis ryšys yra gavėjo reakcijos perdavimas atgal siuntėjui. Grįžtamąjį ryšį pabrėžiantys modeliai linksta į kibernetiką.

Kibernetika yra kontrolės mokslas. Žodis kibernetika kilęs iš graikiško žodžio, reiškiančio vairininką, ir pati jo kilmė gali būti gera iliustracija. Jei vairininkas nori pasukti į uostą, jis stumteli vairalazdę link dešiniojo borto. Tada jis stebi, kiek laivo priekis pasisuko uosto link ir pagal tai nustato, kiek pastumti vairalazdę. Jo akys grįžtamąjį ryšį padaro galimą, t.y. jis pamato atitikimą tarp laivo priekio pakrypimo ir vairalazdės judėjimo. Panašiai centrinio šildymo sistemos termostatas siunčia pranešimus katilui ir gauna pranešimus iš termometro, matuojančio kambario temperetūrą. Šis grįžtamasis ryšys leidžia priderinti šildytuvo veikimą prie kambario poreikių. Tas pats tinka ir žmonių komunikacijai. Grįžtamasis ryšys leidžia kalbėtojui prisiderinti prie auditorijos poreikių ar reakcijos. Geri oratoriai apskritai yra labai jautrūs grįžtamajam ryšiui, o pompastiški, linkę dominuoti nuobodos sugeba beveik visai eliminuoti grįžtamąjį ryšį.

Kai kurie kanalai grįžtamąjį ryšį labai apsunkina. Abipusis radijo ryšys ir telefonas leidžia perdavinėti abiem kryptimis. Tokiu būdu

galima atlikti kai kurias grįžtamojo ryšio funkcijas, bet tai būtų akivaizdžiai kitokio pobūdžio grįžtamasis ryšys, nei komunikacijai vykstant akis į akį. Tai iš esmės lemia kanalai. Komunikacijos akis į akį metu galima pranešimą perduoti balsu ir kartu priimti akimis. Mechaninės, ypač masinės komunikacijos priemonės, riboja prieinamumą, taigi ir grįžtamąjį ryšį. Mes neturime nuolatinio priėjimo prie BBC, nors jos auditorijos tyrimo padalinys stengiasi garantuoti korporacijai formalizuotą grįžtamojo ryšio sistemą. Panašiai ir skaitant paskaitą, studentams garso bangų kanalas prieinamas gana ribotai – grįžtamasis ryšys menkesnis nei seminaro metu, kai jiems skirta daugiau laiko pasisakyti.

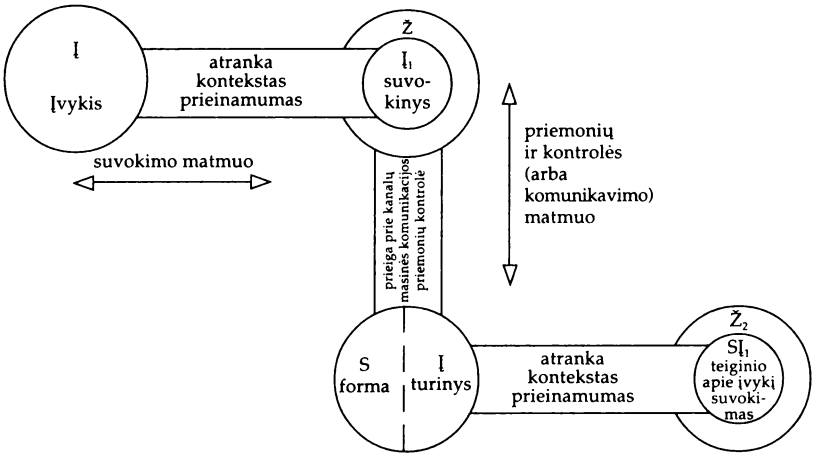
Taigi grįžtamasis ryšys turi vieną svarbiausią funkciją. Jis padeda komunikatoriui priderinti savo pranešimą prie gavėjo poreikių ir reakcijos. Tikriausiai svarbiausia yra tai, kad jis padeda gavėjui pasijusti įtrauktam į komunikaciją. Kai suvokiame, kad komunikatorius atsižvelgia į mūsų reakciją, esame labiau linkę pritarti, o kai negalime išreikšti savo atsako, kaupiasi nusivylimas, galintis tapti tokiu triukšmu, jog pranešimas beveik visai prarandamas. Nors atsiranda grįžtamojo ryšio kilpa nuo paskirties taško iki šaltinio, tai nepanaikina modelio linijiniškumo, bet padidina pranešimų perdavimo efektyvumą.

2
Kiti modeliai

Šiame skyriuje ketiname, panaudodami kitus „proceso" modelius, iliustruoti šios mokyklos įvairovę. Pirmasis, Gerbnerio modelis, yra panašus į Shannono ir Weaverio, nes teigiama, kad jis yra universalus: gali paaiškinti bet kokį komunikacijos pavyzdį ir ypač kreipia dėmesį į tuos svarbiausius elementus, kurie yra bendri visiems ir kiekvienam komunikacijos veiksmui. Po to susipažinsime su kai kuriais siauresnio pobūdžio ir riboto taikymo modeliais. Lasswellas, paėmęs pagrindinę Shannono ir Weaverio modelio formą, suteikia jai žodinę išraišką ir pritaiko būtent masinei komunikacijai. Newcombas laužo tradiciją, suteikdamas modeliui naują, trikampio, formą ir aiškindamas juo pirmiausiai asmeninę, arba socialinę, komunikaciją. Westley ir MacLeanas vėl grąžina modeliui pažįstamą linijinę formą, kai tobulina jį taikydami masinei komunikacijai. Pagaliau susipažinsime su Jakobsono modeliu, o jį galima laikyti jungtimi tarp „proceso" ir semiotinių komunikacijos modelių.

Gerbnerio modelis (1956)

George'as Gerbneris, Pensilvanijos universiteto Annenbergo komunikacijos mokyklos vadovas ir profesorius, pabandė sukurti bendro pobūdžio komunikacijos modelį. Jis buvo kur kas sudėtingesnis negu Shannono ir Weaverio, bet perėmė jo branduolį – linijinį proceso modelį. Tačiau Gerbnerio modelis turi du pagrindinius patobulinimus: jis sieja pranešimą su „tikrove", apie kurią jame kalbama, taip leisdamas mums kelti suvokimo (percepcijos) ir reikšmės



4 pav. *Gerbnerio modelis (modifikuotas)*

klausimus; jo vaizduojamą komunikacijos procesą sudaro du kintamieji matmenys – suvokimo, arba priėmimo, matmuo ir perdavimo, arba priemonių ir kontrolės, matmuo. Pagrindiniai Gerbnerio modelio elementai vaizduojami 4 paveiksle.

Horizontalusis matmuo

Visas procesas prasideda įvykiu Į, vykstančiu išorinėje tikrovėje ir stebimu Ž (tai gali būti žmogus arba įrenginys, pvz., kamera ar mikrofonas). Ž suvokia Į kaip suvokinį (suvokimo rezultatą) $Į_1$. Tai procesą pradedantis suvokimo matmuo. Kadangi Ž negali suvokti viso Į sudėtingumo, tai įvykio Į ir suvokinio $Į_1$ santykį lemia atranka. Jeigu Ž yra įrenginys, atranką lemia jo techninės, fizinės savybės. Tačiau jeigu Ž yra žmogus, atranka daug sudėtingesnė. Žmogaus suvokimas – tai ne paprastas dirgiklių registravimas, o tarpusavio sąveikos ir derinimo procesas. Jo metu žmogus bando suderinti išorinius dirgiklius su vidiniais minčių, arba sąvokų, modeliais. Kai tai pavyksta, žmogus kažką suvokia, suteikia kažkam prasmę. Šiuo atveju „prasmė" kyla iš išorinio dirgiklio ir vidinės sąvokos atitikimo. Pagalvokite, kas įvyksta, jeigu mes neteisingai išgirstame žodį arba

negalime įskaityti rašysenos. Prisiminkite fotomįsles, kai pažįstami daiktai fotografuojami netikėtais rakursais arba iš labai arti: kai įvyksta atpažinimas, arba suderinimas, mes nesunkiai suvokiame, kas iš tikrųjų vaizduojama nuotraukoje. Iki tos akimirkos jaučiame nepasitenkinimą, nes, nors ir matome fotografijoje spalvas bei formas, negalime pasakyti, kad ją suvokiame, nes suvokimas visada reiškia poreikį suprasti ir organizuoti. Mes prarandame orientaciją, jeigu nematome prasmės to, ką suvokiame.

Šį suderinimą kontroliuoja kultūra ta prasme, kad mūsų vidinės sąvokos ar vaizdiniai susiformavo kaip kultūrinės patirties rezultatas. Tai reiškia, kad skirtingų kultūrų žmonės tikrovę supranta skirtingai. Taigi suvokimas nėra tik individualus psichologinis procesas, jis taip pat yra kultūros dalykas.

Vertikalusis matmuo

Dabar pereikime į antrąjį etapą, į vertikalųjį matmenį. Jo metu suvokinį $Į_1$ perteikiame signalu apie įvykį Į, arba, jei vartosime Gerbnerio kodą, SĮ. Kaip tik tai paprastai vadiname pranešimu, tai yra signalu arba teiginiu apie įvykį. Apskritimas, vaizduojantis šį pranešimą, padalytas į dvi dalis: S reiškia signalą, formą, kurią įgyja pranešimas, o Į reiškia jo turinį. Aišku, kad šį turinį, arba Į, galime perduoti skirtingais būdais – galima rinktis iš daugelio potencialių S. Surasti šiam Į tinkamiausią S yra vienas iš svarbiausių komunikatoriaus rūpesčių. Svarbu atsiminti, kad SĮ yra vieninga sąvoka, o ne sujungtos dvi atskiros sferos, nes pasirinktas S akivaizdžiai veikia Į pateikimą – ryšys tarp turinio ir formos yra dinamiškas ir interaktyvus. Turinys nėra paprastai perteikiamas forma, kaip teigia komunikacijos teorijos, kurias I.A. Richardsas paniekinamai vadina „vulgariosiomis įpakavimo teorijomis".

Šį vaizdingą posakį Richardsas vartoja tyčiodamasis iš komunikacijos teorijos. Pasak jo, Shannono ir Weaverio modelyje numatoma, kad yra nepriklausomai egzistuojantis pranešimas – branduolys. Jis koduojamas, tai yra įvyniojamas į kalbą tarsi perduodant siuntinį. Gavėjas jį iškoduoja, kitaip sakant, išvynioja iš pakuotės ir atskleidžia branduolį. Richardso nuomone, neteisinga manyti, kad pranešimas egzistavo prieš tai, kai jis buvo suformuluotas: ištartas ar „užkoduotas".

Formulavimas yra kūrybos procesas: prieš tai yra tik būtinybė, poreikis formuluoti, o ne išankstinė beformė mintis ar turinys, kurį reikia užkoduoti. Kitaip sakant, be formos nėra turinio, o pastangos surasti skirtumą tarp formos ir turinio pačios savaime yra abejotinos.

Vertikaliajame, arba perdavimo, matmenyje atranka yra tokia pat svarbi kaip ir horizontaliajame. Visų pirma parenkami būdai – komunikacijos kanalai ir priemonės. Po to vyksta suvokinio $Į_1$ atranka. $Į_1$ niekada negali būti išsamus ir visapusiškas Į atspindys: savo ruožtu signalas apie $Į_1$ taip pat negali būti išsamus ir visapusiškas. Jis visada yra atrankinis ir iškraipytas.

Prieiga: pagrindinė sąvoka

Vertikalusis matmuo taip pat apima prieigos prie komunikacijos priemonių ir kanalų sąvoką. Opus klausimas dėl to, kas konkrečiai gali naudotis masinės komunikacijos priemonėmis, šiuo metu iškyla ginčuose apie televizijos ir visuomenės santykius. Horizontalusis modelio matmuo rodo, kad televizijoje $Į_1$ turi būti Į atranka, todėl aišku, kaip svarbu, kas daro atranką ir kieno suformuotas pasaulio vaizdas yra perduodamas kaip SĮ. Profsąjungos pakankamai pagrįstai teigia, kad televizija, rengdama pramonės naujienas, visada pateikia viduriniosios klasės variantą, palankų vadybininkams. Tai daroma nesąmoningai ir aiškinama tuo, kad televizijos darbuotojai pagal klasinę priklausomybę, kultūrą ir išsilavinimą dažniausiai artimesni vadybininkams negu darbininkams, todėl natūralu, kad jų $Į_1$ būdinga ta pati atranka kaip ir vadybininkų.

Prieiga: papildomos įžvalgos

Prieiga prie komunikacijos priemonių yra valdžios ir socialinės kontrolės priemonė. Tokia nuomonė apie masinės komunikacijos priemones yra giliai įsišaknijusi: ją iliustruoja autoritarinių vyriausybių bei diktatorių santykiai su masinės komunikacijos priemonėmis arba tai, kad pirmasis pasisekusių revoliucinių perversmų taikinys būna valstybinė radijo stotis. Tačiau tai teisinga ir vykstant asmeninei komunikacijai: autoritariškos asmenybės ar mokytojai stengiasi kontroliuoti kitų asmenų prieigą prie komunikacijos kanalų, tai yra riboti kitų

žmonių kalbėjimą. Anglijos karalienės Viktorijos laikų tėvas, kuris neleisdavo vaikams kalbėti prie pietų stalo, jeigu į juos nesikreipiama, elgėsi lygiai taip pat, kaip šiuolaikinė totalitarinė vyriausybė, leidžianti televizijos ekranuose demonstruoti tik „oficialias" įvykių versijas.

Demokratijos ir prieigos prie masinės komunikacijos priemonių panašumas į tam tikrą žmonių santykių tipą ir prieigą prie asmeninės komunikacijos kanalų kelia norą giliau ištirti šį klausimą.

Toliau, trečiuoju proceso etapu, mes sugrįžtame į horizontalųjį matmenį. Žinoma, šiuo atveju tai, ką suvokia gavėjas $Ž_2$, yra ne įvykis Į, o signalas arba teiginys apie įvykį. Čia vyksta tokie pat procesai, kokius apibūdinome kalbėdami apie pirmąjį etapą, ir turbūt verta dar kartą pabrėžti, kad pranešimo prasmė glūdi ne pačiame pranešime, bet yra gavėjo ir pranešimo tarpusavio sąveikos bei derinimo rezultatas. $Ž_2$ taiko SĮ visą kompleksą poreikių ir sąvokų, kylančių iš jo kultūros ar subkultūros, ir kiek jis juos susies su pranešimu SĮ, tiek pranešimas jam ir turės prasmės. Pranešimą reikia laikyti potencialiai daugiaprasmiu. Ši galimybė niekada nėra visiškai įgyvendinama, o jos forma nėra apibrėžta, kol tarp $Ž_2$ ir SĮ neįvyksta sąveika, derinimas, kurių rezultatas yra prasmė $SĮ_1$.

Prieinamumas: pagrindinė sąvoka

Horizontaliojo matmens „prieigos" veiksnį vertikaliajame matmenyje atitinka „prieinamumas". Kaip ir atranka, jis padeda apibrėžti, kas iš tikrųjų yra suvokiama. Tai kita atrankos forma, tačiau šiuo atveju atranką vykdo ne suvokiantysis asmuo, o komunikatorius. Tai, ką komunikatorius atrenka, lemia, kaip ir kam pranešimas pateikiamas. Asmeninės komunikacijos pavyzdys būtų tėvų vartojami ilgi žodžiai, o kartais jų skiemenavimas vaikams girdint, kad jie nesuprastų, apie ką kalbama. Televizijos kompanijų politika rodyti programas su sekso ir smurto elementais po 21.00 valandos tam tikra prasme yra jų prieinamumo ribojimas, kaip ir sovietinės vyriausybės politika tam tikras knygas spausdinti labai mažais tiražais, kad jas būtų galima gauti tik didžiosiose bibliotekose ir taip riboti jų skaitytojų skaičių.

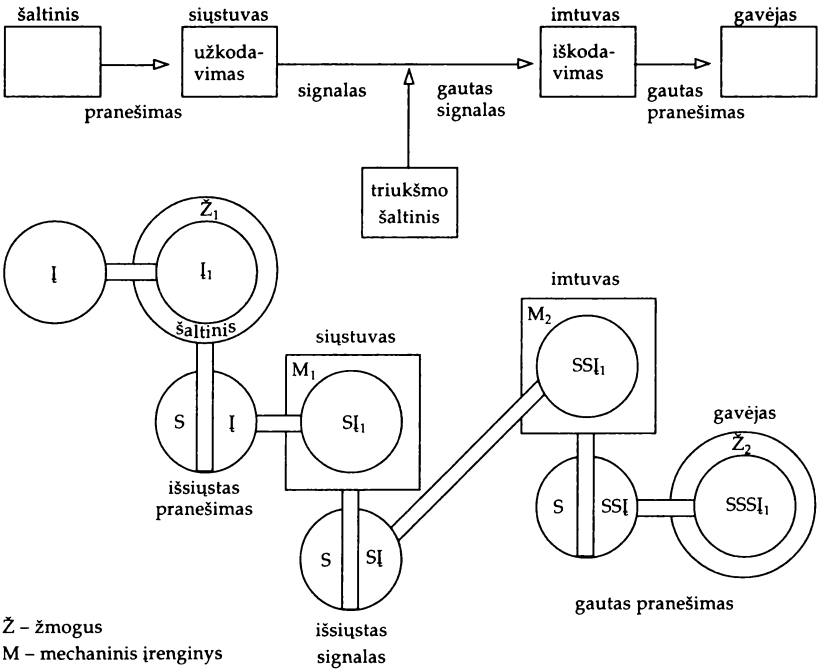
Prieinamumas: papildomos įžvalgos

Matyt, labiausiai prieinamumo reikšmė išaugo plėtojantis transliavimui. Prieš atsirandant radijui prieigą prie informacijos ribojo raštingumas. Gebėjimas skaityti tradiciškai ir neišvengiamai priklausė išsilavinusiai mažumai, kuri kartu kontroliavo informacijos srautą nemokytai daugumai. Kaip jau matėme, informacija suteikia valdžią, todėl raštingumas buvo esminis socialinės kontrolės įgyvendinimo būdas. Visuotinio švietimo plėtra buvo lydima įsišaknijusios baimės dėl to, kad „išsilavinimas išstums darbininkus iš jų natūralios padėties visuomenėje" arba sukels minčių, „netinkamų jų socialinei padėčiai". Ankstyvieji socialistai ir tredjunionistai manė, kad darbininkų švietimas, ypač raštingumo plėtimas, yra būtinas socialistinės visuomenės formavimosi pagrindas. Netgi šiandien, kai švietimas mūsų visuomenėje yra visuotinis, o raštingumas beveik visuotinis, tik išsilavinę aukštesniųjų klasių atstovai laisvai naudoja rašytinius šaltinius naujai informacijai gauti. Kaip tik jie vertina rašyto žodžio galią sužadinti mintį ir vaizduotę, jos dažniausiai išnaudoja jo siūlomą bėgimo nuo tikrovės ir atsipalaidavimo galimybę.

Radijas, televizija, kiek mažiau kinas pirmą kartą istorijoje leido neraštingiesiems tiesiogiai vartoti informaciją, todėl jie potencialiai yra didžiausi demokratijos veiksniai. Šiuo požiūriu ypač svarbus yra radijas, nes siųstuvų ir imtuvų pigumas išplečia jo prieinamumą. Besivystančių šalių troškimas kontroliuoti savo radiją yra reikšmingas, nes demokratizuojantis radijo potencialas yra tiesiogiai susietas su prieiga prie jo. Trečiojo pasaulio vyriausybės, kurios kontroliuoja prieigą prie masinės komunikacijos priemonių, dažnai teigia, kad jų politiškai neišprusę gyventojai nepajėgia susivokti dažnai prieštaringos informacijos sraute, kuris atsiranda esant laisvesnei prieigai prie masinės komunikacijos priemonių Vakarų demokratinėse visuomenėse. Prieiga ir prieinamumas yra dvi to paties medalio pusės.

Išplėstas modelis

Gerbnerio modelį galima įvairiai praplėsti ir įtraukti į procesą žmogiškuosius bei mechaninius veiksnius. Pavyzdžiui, Gerbneris



5 pav. *Shannono ir Weaverio (viršuje) ir Gerbnerio (apačioje) modelių lyginimas*

modeliuoja pokalbį telefonu ir kartu iliustruoja savo ir Shannono bei Weaverio modelių esminį panašumą (žr. 5 pav.).

Modelis ir prasmė

Pagrindinį Gerbnerio modelį sudaro trikampis – santykis tarp įvykio Į, įvykio suvokinio $Į_1$ ir teiginio apie įvykį SĮ. Prasmės reikia ieškoti pirmiausia šiame santykyje: iš tikrųjų viename iš vėlesnių modelio variantų Gerbneris sujungia Į ir SĮ rodykle, ant kurios užrašyta: „Tiesos kokybė". Tačiau modelio pratęsimas, apimantis M_2, imtuvą, leidžia mums papildyti veiksnius, lemiančius prasmę, dar vienu – imtuve atsirandančiu pranešimo „suvokiniu".

Vis dėlto, nepaisant nuodugnumo, Gerbnerio modelis yra tik vaizdingas Shannono ir Weaverio modelio išplėtojimas. Jis apibrėžia komunikaciją kaip pranešimų perdavimą ir, nors apima už šio proceso esantį išorinį Į ir užduoda klausimus apie reikšmę, jis niekada tiesiogiai nepaliečia prasmės atsiradimo klausimo. Modelis priima S, pranešimo formą arba vartojamus kodus, kaip duotybę, o semiotinės mokyklos šalininkams tai būtų viso reikalo šerdis. Jie taip pat teigtų, kad Gerbneris klaidingai mano, jog visi horizontalūs procesai yra panašūs: pranešimą mes suvokiame ne taip pat kaip įvykį. Mes nereaguojame į filmą apie piktadarį, kurį nušauna herojus, taip, kaip reaguotume, jei būtume realaus tokio įvykio liudininkai. Pranešimas struktūrizuojamas arba koduojamas, o tiesioginis įvykis – ne, todėl jis tiesiogiai sukelia aktyvią reakciją.

Vėlesni Gerbnerio darbai, ypač smurto vaizdavimo televizijoje tyrimai, rodo, kad jis supranta šiuos modelio trūkumus. Iš tiesų Gerbneris yra vienas didžiausių autoritetų, kurio darbuose glaudžiausiai suartėja du požiūriai į komunikacijos studijas.

Laswello modelis (1948)

Laswellas sukūrė kitą plačiai paplitusį ankstyvąjį modelį. Jis, tiesa, konkrečiai skiriamas masinei komunikacijai. Laswellas teigia, kad, norėdami suprasti masinės komunikacijos procesą, turime studijuoti kiekvieną šio proceso etapą:

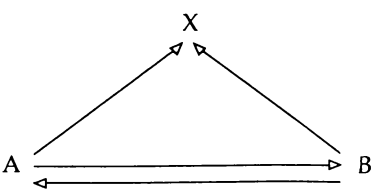
Kas
Ką sako
Kokiu kanalu
Kam
Kaip efektyviai

Tai yra Shannono ir Weaverio sukurto modelio žodinė išraiška. Jis vis dar yra linijinis. Komunikacija suprantama kaip pranešimų perdavimas: modelis kelia klausimą apie „poveikį", o ne „prasmę". „Poveikis" išreiškia stebimą ir matuojamą gavėjo pokytį, sukeltą atpažįstamų proceso elementų. Vieno iš šių elementų pakitimas pakeis

poveikį: mes galime pakeisti koduotoją, mes galime pakeisti pranešimą, mes galime pakeisti kanalą, ir kiekvienas iš šių pokyčių sukels atitinkamą poveikio pokytį. Didžioji dalis masinės komunikacijos tyrimų atlikti besąlygiškai sekant šiuo modeliu. Darbai apie institucijas ir jų funkcionavimą, apie komunikacijos produkcijos gamintojus, apie auditorijas ir poveikį joms akivaizdžiai kildinami iš linijinio proceso modelio.

Newcombo modelis (1953)

Tačiau ne visi panašūs modeliai yra linijiniai. Newcombas yra vienas iš tų, kurie pateikia iš esmės skirtingą formą. Tai – trikampis (žr. 6 pav.). Tačiau svarbiausia, kad tai pirmasis modelis, kuriame atkreipiamas dėmesys į komunikacijos vaidmenį visuomenėje arba į socialinius santykius. Newcombui šis vaidmuo yra aiškus – tai pusiausvyros socialinėje sistemoje palaikymas. Štai kaip veikia šis modelis: A ir B yra komunikatorius ir gavėjas; tai gali būti du individai, vadovybė ir profsąjungos, vyriausybė ir liaudis. X yra jų socialinės aplinkos dalis. ABX yra sistema, tai reiškia, kad jos vidiniai santykiai yra tarpusavyje priklausomi: jei keičiasi A, tai B ir X taip pat keičiasi; jei A keičia savo santykį su X, tai B turi keisti savo santykį arba su X, arba su A.



6 pav. *Paprasčiausios ABX sistemos schema*

Pastabos:
Būtini ABX sistemos komponentai yra:
1. A orientacija į X, kuri apima ir požiūrį į X kaip į objektą, prie kurio reikia artėti ar kurio reikia vengti (charakterizuojama ženklu ir intensyvumu), ir kognityvines savybes (įsitikinimus ar kognityvines struktūras).
2. A orientacija į B tokia pat prasme (kad išvengtume klaidinančių terminų, kalbėsime apie teigiamą ar neigiamą A ir B, kaip asmenų, tarpusavio santykį, ir apie palankų ar nepalankų požiūrį į X).
3. B orientacija į X.
4. B orientacija į A.

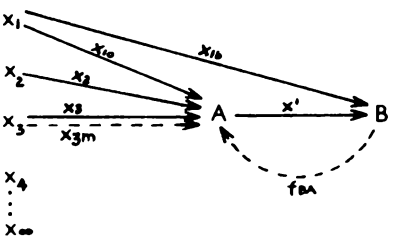
Jeigu A ir B yra draugai, o X yra kažkas žinomas jiems abiem, tai svarbu, kad A ir B nuomonė apie X būtų panaši. Jei taip, sistema yra pusiausvyroje. Tačiau jeigu A patinka X, o B jo nemėgsta, tai A ir B jaus būtinybę komunikuoti, kol abu draugai prieis panašios plačiąja prasme nuomonės apie X. Kuo svarbesnę vietą X užima jų socialinėje aplinkoje, tuo stipresnis bus bendros orientacijos į jį poreikis. Žinoma, X gali būti ne asmuo ir ne daiktas: tai gali būti bendros aplinkos dalis. A gali būti vyriausybė, B – profsąjungų taryba, o X – darbo užmokesčio politika. Supaprastinus, kad būtų aiškiau, matome, kad leiboristų vyriausybė (A) ir profsąjungų taryba (B), kurios teoriškai „mėgsta" viena kitą, jaus būtinybę dažnai rengti susitikimus ir siekti susitarimo dėl X – darbo užmokesčio politikos. Bet jei A yra torių vyriausybė, kuri „nedraugauja" su B – profsąjungų taryba, spaudimas susitarti dėl X bus žymiai mažesnis. Jei A ir B santykiai nėra draugiški, jie gali nesutarti dėl X – sistema pusiausvyros nepraras.

Kitas pavyzdys, kaip pusiausvyra sukelia komunikacijos poreikį, matomas, kai pasikeičia X. A ir B turi nedelsdami komunikuoti ir nustatyti bendrą orientaciją į naują X. Teko dalyvauti tiriant žmonių reakciją į naujieną apie Haroldo Wilsono atsistatydinimą iš ministro pirmininko pareigų. Jų normali reakcija buvo kuo greičiau apie tai pasikalbėti su draugais ir sužinoti, ką jie galvoja, kad galėtų greitai sutarti dėl bendro požiūrio į jo įpėdinį. Karo metu padidėja žmonių priklausomybė nuo masinės komunikacijos priemonių, o vyriausybė taip pat daugiau jomis naudojasi. Taip yra ne tik todėl, kad karas X yra gyvybiškai svarbus, bet ir todėl, kad jo metu padėtis nuolat kinta. Taigi vyriausybė ir liaudis (A ir B) turi nuolat komunikuoti per masinės komunikacijos priemones.

Šiame modelyje tariama, nors akivaizdžiai neteigiama, kad žmonėms reikia informacijos. Demokratinėje visuomenėje informacija suvokiama kaip teisė, bet ne visada suprantama, kad informacija yra būtina. Be jos mes nesijaučiame visuomenės dalimi. Mums reikalinga tinkama informacija apie mūsų socialinę aplinką, kad žinotume, kaip į ją reaguoti, ir reaguodami nustatytume veiksnius, bendrus mūsų amžiaus grupės, subkultūros ar kultūros nariams.

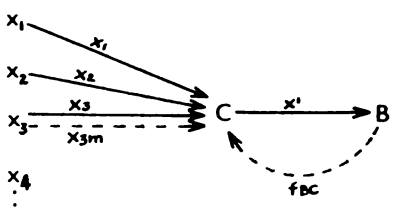
Westley ir MacLeano modelis (1957)

Socialiniu informacijos poreikiu grindžiamas Westley ir MacLeano patobulintas Newcombo modelis (žr. 7 ir 8 pav.). Westley'is ir MacLeanas pritaikė šį modelį būtent masinei komunikacijai. Modelis akivaizdžiai išaugo iš Newcombo ABX, bet Westley ir MacLeanas padarė du esminius pakeitimus. Jie įvedė naują elementą C, kuris atlieka redagavimo ir komunikacinę funkciją – sprendžia, ką ir kaip perduoti. Jie taip pat pradėjo tiesinti modelį, ir jis pamažu įgavo pažįstamą linijinę, į procesą orientuotų modelių formą, nuo kurios mes pradėjome. X dabar labiau priartėja prie A nei prie B, o rodyklės yra vienos krypties. A priartėja prie Shannono ir Weaverio koduotojo, o C įgyja kai



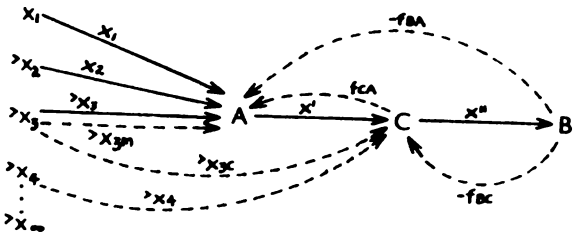
7 pav. *Pagrindinis komunikacijos modelis*

Pastaba:
Komunikatorius A atrenka X, juos referuoja ir perduoda kaip pranešimą (X') B, kurio jutiminiame lauke (X_{1b}) gali būti dalis arba visi X, o gali jų ir nebūti. Tikslingai arba netikslingai B atsako A grįžtamuoju ryšį (f_{BA})



8 pav. *Modelis, papildytas redagavimo funkcija*

Pastaba:
Tai, kokius X gauna B, lemia tai, ką atrenka C, kuris nekoduoja specialiai siunčiamų pranešimų. C veikia B naudai ir išplečia B aplinką. C daromą atranką iš dalies lemia iš B ateinantis grįžtamasis ryšys (f_{BC}).



9 pav. *Masinės komunikacijos modelis*

Pastaba:
Pranešimai, kuriuos C perduoda B (X''), yra jo atranka iš A jam perduodamų pranešimų (X') ir į paties C jutiminį lauką (X_{3C}, X_4) patenkančių X, kurie gali būti ar nebūti A lauke, atrankos ir santraukos rezultatas. Grįžtamasis ryšys eina ne tik iš B į A (f_{BA}) ir iš B į C (f_{BC}), bet ir iš C į A (f_{CA}).

kuriuos siųstuvo elementus. X fragmentacija, rodanti jo įvairialypę prigimtį, nėra labai svarbi, bet naudinga modifikacija. Kai Westley ir MacLeanas taiko savo modelį specialiai masinei komunikacijai, jie dar labiau jį ištiesina ir nutolsta nuo Newcombo trikampio (žr. 9 pav.). Į A galima žiūrėti kaip į reporterį, kuris siunčia istoriją savo laikraščio, radijo ar televizijos naujienų redakcijai C. Redakcinis ir leidybos ar transliavimo procesai (įeinantys į C) pradeda veikti, ir istorija perduodama B – auditorijai. Šiame modelyje B praranda bet kokį tiesioginį santykį su A.

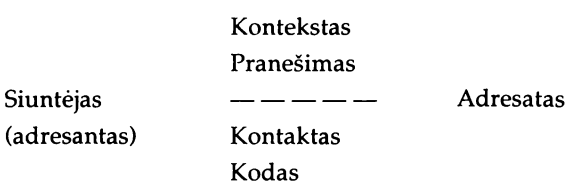
Westley ir MacLeanas teigia, kad masinė komunikacija išplečia socialinę aplinką, su kuria B turi palaikyti ryšį, taip pat pateikia priemones, kurios leidžia jam prisitaikyti ir orientuotis. Jie palaiko Newcombo idėją, kad poreikis išlaikyti bendrą orientaciją į X yra komunikacijos akstinas, ir numato ribotas grįžtamojo ryšio galimybes. Bet jie iš esmės pakeitė Newcombo sistemos pusiausvyrą. A ir C joje vaidina dominuojančius vaidmenis. B labai priklauso nuo jų malonės. Masinė visuomenė, kurioje gyvename, neišvengiamai išplėtė socialinę aplinką, su kuria mums reikia palaikyti ryšį. Taigi B informacijos ir orientacijos poreikis išaugo, tačiau priemonės, kurios tenkina šį poreikį, buvo ribotos: masinė komunikacija yra vienintelė naudojama priemonė. Taigi pratęsiant modelį asmuo tampa visiškai priklausomas nuo masinės komunikacijos.

Šis priklausomybės modelis neatsižvelgia į santykį tarp masinės komunikacijos ir kitų priemonių, leidžiančių mums orientuotis socialinėje aplinkoje: šeimos, darbo, bičiulių, draugų, mokyklos, bažnyčios, profsąjungų ar kitų formalių ir neformalių santykių tinklų, kurių padedami įsiliejame į visuomenę. Mes nesame taip labai priklausomi nuo masinės komunikacijos, kaip atrodytų iš šio modelio.

Jakobsono modelis (1960)

Jakobsono modelis yra panašus ir į linijinius, ir į trikampius modelius. Tačiau autorius yra lingvistas, todėl domisi reikšme ir vidine pranešimo struktūra. Taip jis užpildo spragą tarp proceso ir semiotinės mokyklos. Jo modelis yra dvilypis. Jakobsonas pradeda modeliuodamas komunikacijos akto *struktūrinius veiksnius*. Išskiriami šeši veiksniai, būtini komunikacijai vykti. Tada jis modeliuoja kiekvieno veiksnio funkcijas.

Jakobsonas pradeda nuo pažįstamo linijinio pagrindo. *Siuntėjas* (adresantas) siunčia *pranešimą adresatui*. Jis pripažįsta, kad šis pranešimas turi nurodyti kažką kita, negu jis pats yra. Tai jis vadina *kontekstu*: taip atsiranda trečia viršūnė trikampio, kurio kitas viršūnes sudaro siuntėjas (adresantas) ir adresatas. Kol kas viskas žinoma. Po to jis prideda du kitus veiksnius: *kontaktą*, kuris reiškia fizinį kanalą ir psichologinius ryšius tarp siuntėjo (adresanto) ir adresato; galutinis veiksnys yra *kodas* – bendra reikšmių sistema, vartojama pranešimo struktūrai kurti. Jo modelis pavaizduotas 10 paveiksle.



10 pav. *Struktūriniai komunikacijos veiksniai*

Jakobsonas teigia, kad kiekvienas iš šių veiksnių lemia skirtingą kalbos funkciją ir kiekviename komunikacijos veiksme galima įžiūrėti funkcijų hierarchiją. Jakobsonas sukuria lygiai tokios pat struktūros modelį, aiškinantį šešias funkcijas (kiekviena funkcija užima modelyje tą pačią vietą kaip ir veiksnys, kurį ji atitinka). Tai vaizduojama 11 paveiksle.

	Referentinė	
Emocinė	Poetinė	Konotacinė
	Fatinė	
	Metalingvistinė	

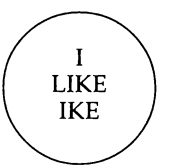
11 pav. *Komunikacijos funkcijos*

Emocinė funkcija apibūdina pranešimo santykį su siuntėju (adresantu): kalbėdami apie ją, dažnai vartojame žodį „išraiškingas". Emocinė pranešimo funkcija perteikia siuntėjo jausmus, nuomones, visuomeninę padėtį, klasinę priklausomybę; dėl visų šių elementų pranešimas yra nepakartojamas ir asmeniškas. Kai kuriuose pranešimuose, pavyzdžiui, meilės poezijoje, emocinė funkcija vyrauja, kituose, pavyzdžiui, naujienų reportažuose – slopinama. Kitame proceso gale yra *konotacinė* funkcija. Ji išreiškia pranešimo poveikį adresatui. Įsakymuose ar propagandoje ši funkcija įgyja daugiau svarbos, kituose komunikacijos tipuose ji nustumiama į žemesnį lygmenį. *Referentinė (nurodomoji)* funkcija – tai pranešimo „tikroviška orientacija", be abejo, ji yra svarbiausia objektyviai faktinei komunikacijai. Tai tokia komunikacija, kuri siekia būti „teisinga" arba tiksliai perteikti faktus. Šios trys funkcijos yra akivaizdžios ir įprastos, jų daugiau ar mažiau yra visuose komunikacijos veiksmuose ir jos gana artimos Newcombo A, B ir X.

Kitos trys funkcijos iš pirmo žvilgsnio atrodo mažiau pažįstamos, nors viena iš jų, fatinė, jau buvo aptarta anksčiau. *Fatinė* funkcija išlaiko komunikacijos kanalus atvirus; ji turi išsaugoti siuntėjo (adresanto) ir adresato santykį; ji patvirtina, kad komunikacija vyksta. Ji orientuota į kontakto veiksnį, į fizinį ir psichologinį ryšį, kuris turi būti. Kitaip sakant, ją atlieka perteklius pranešime. Antroji pertekliaus funkcija yra fatinė (žr. p. 26 ir toliau).

Metalingvistinė funkcija leidžia nustatyti vartojamą kodą. Kai vartojame terminą „perteklius", reikia pabrėžti, kad tai komunikacijos teorijos, o ne ekonomikos kodas. Tuščias cigarečių pakelis, numestas ant seno laikraščio, – tai paprasčiausios šiukšlės. Bet jei pakelis priklijuojamas prie popieriaus, įrėminamas ir kabinamas ant sienos meno galerijoje, jis tampa menu. Rėmelis atlieka metalingvistinę funkciją, tarsi sakydamas: „Iššifruokite tai, vartodami meno reikšmes". Jis kviečia pažvelgti į estetines proporcijas ir santykius, žvelgti į pakelį kaip į „netikusios, išmetamos visuomenės" metaforą, į žmones kaip šiukšlintojus. Visi pranešimai privalo turėti išreikštą ir paslėptą metalingvistinę funkciją. Jie turi vienokiu ar kitokiu būdu nurodyti, koks kodas vartojamas jiems sudaryti.

Galiausiai yra *poetinė* funkcija. Tai pranešimo santykis su pačiu savimi. Estetinėje komunikacijoje tai, be abejo, pagrindinė funkcija: ankstesniajame pavyzdyje metalingvistinė rėmelio funkcija būtinai pabrėžia estetinio santykio tarp cigarečių pakelio ir laikraščio poetinę funkciją. Bet Jakobsonas nurodo, kad ši funkcija veikia ir paprastame pokalbyje. Mes sakome „abejingas stebėtojas", o ne „pašalinis žiūrovas", nes toks ritminis skambėjimas yra estetiškai malonesnis. Jakobsonas iliustruoja poetinę funkciją politiniu šūkiu „I like Ike" („Man patinka Aikas"). Šūkį sudaro trys vienskiemeniai žodžiai; kiekviename yra dvigarsis „ai". Du žodžiai rimuojasi. Juose yra tik dvi balsės. Visa tai susijungia į malonų poetišką ir dėl to įsimenantį šūkį. Bet galime analizuoti giliau. Įsivaizduokime šį šūkį ant atlapo ženkliuko.



Metalingvistiškai mes turime identifikuoti, kad jame vartojama politinės komunikacijos kalba. Tas, kuris jį nešioja, nepažįsta generolo Eisenhowerio ir nemėgsta jo asmeniškai. „Patinka" šiuo atveju reiškia „remiu politiškai". Taip pat ir „Aikas" reiškia ne tik atskirą žmogų, bet ir politinę partiją, kuri jį iškėlė kandidatu ir kurios politikai jis atstovauja. Kitame kode, pavyzdžiui, asmeninių santykių, žodžiai „Man patinka" reikštų visai ką kitą.

Emociškai šis pranešimas apibūdina siuntėją, jo politines pažiūras ir jų stiprumą. *Konotacinė* jo funkcija – įtikinti adresatą palaikyti tą pačią politinę programą, pritarti siuntėjui. *Referentinė* funkcija

nukreipia į egzistuojantį žmogų ir programą, verčia adresatą apmąstyti visa tai, ką jis jau žino apie generolą Eisenhowerį ir jo politiką. Pagaliau jo *fatinė* funkcija yra atskirti Eisenhowerio rėmėjų grupės narius, palaikyti ir stiprinti draugišką jų vienybės pojūtį.

Modeliai ir modeliavimas

Peržvelgėme keletą modelių, kurie vaizduoja komunikaciją kaip procesą. Jų, žinoma, yra kur kas daugiau. Bet tie, kuriuos aptarėme, iliustruoja modeliavimo esmę ir tikslą. Modelis yra kaip žemėlapis. Jis atspindi bendrus teritorijos bruožus; joks žemėlapis ar modelis negali būti išsamus. Kelių žemėlapis išryškina kitokius bruožus negu klimato ar šalies geologijos žemėlapis. Tai reiškia, kad renkantis žemėlapį mums reikia tikslo ir išankstinės nuostatos. Privalome žinoti, *kodėl* paėmėme šį žemėlapį ir ką jame norime įžvelgti.

Modelių bėda yra ta, kad dažniausiai neaiškiai apibūdinama jų paskirtis. Iš tikrųjų daugelis pretenduoja į išsamumą, o jo neįmanoma pasiekti. Tačiau modelio privalumai yra šie:

a) jis išryškina sistemingai parinktus savo teritorijos požymius;

b) jis apibūdina parinktus šių požymių tarpusavio santykius;

c) a ir b atrankos sistema leidžia apibrėžti ir nužymėti modeliuojamą teritoriją.

Modeliavimas yra naudingas ir būtinas, ypač kaip studijų ir tyrimų programos struktūros pagrindas. Tačiau visada reikia atsiminti jo ribotumą. Išsamiau modeliavimą aptarė McKeownas (1982).

3
Komunikacija, reikšmė ir ženklai

Visi apsvarstyti modeliai daugiau ar mažiau pabrėžia komunikacijos *procesą*. Iš esmės, pagal juos komunikacija – pranešimo perdavimas iš A į B. Todėl daugiausia domimasi priemone, kanalu, perdavėju, gavėju, triukšmu ir grįžtamuoju ryšiu, nes tai su pranešimų siuntimu susiję terminai. Dabar perkelsim savo dėmesį į visai kitokį požiūrį į komunikacijos studijas. Čia ne tiek pabrėžiama komunikacija, kaip procesas, bet kaip reikšmių atsiradimas (kūrimas). Kai aš su jumis komunikuoju, jūs daugmaž tiksliai suprantate, ką reiškia mano pranešimas. Kad vyktų komunikacija, aš turiu sukurti pranešimą iš ženklų. Tas pranešimas skatina jus susikurti savo reikšmę, kuri tam tikru būdu siejasi su reikšme, kurią aš pirmiau sukūriau savo pranešimui. Kuo bendresni mūsų kodai, kuo daugiau naudojamės tomis pačiomis ženklų sistemomis, tuo labiau mūsų abiejų pranešimo „reikšmės" suartės.

Dėl to komunikacijos studijose akcentuojami skirtingi dalykai, ir mums reikės susipažinti su nauju terminų rinkiniu. Tai tokie terminai kaip ženklas, signifikacija, ikonos (atvaizdai), indeksai, denotuoti, konotuoti – visi jie nurodo skirtingus reikšmių kūrimo būdus. Taigi šie modeliai skirsis nuo tik ką aptartų tuo, kad jie – nelinijiniai, juose nėra strėlių, nurodančių pranešimo judėjimo kryptį. Tai *struktūriniai modeliai*, ir visos strėlės rodo reikšmės kūrimo elementų *tarpusavio ryšį*. Šiuose modeliuose nėra pakopų ar stadijų, kurias pereina pranešimas, sekos. Juose dėmesys labiau sutelktas į struktūruotus tarpusavio ryšius, leidžiančius pranešimui ką nors reikšti, kitaip sakant, į klausimą, kas paverčia *pranešimu* ženklus ant popieriaus ar garsus ore.

Semiotika

Šio požiūrio centre yra ženklas. Mokslas apie ženklus ir jų veikimo būdus vadinamas semiotika arba semiologija. Tai ir bus šios knygos alternatyva. Semiotika, kaip mes tai vadinsim, apima tris studijų sritis:

1. Pats ženklas. Ši sritis tyrinėja ženklų įvairovę, skirtingus būdus, kuriais jie perteikia reikšmes, ir būdus, kuriais jie susiję su juos vartojančiais žmonėmis. Ženklai yra žmonių konstruktai (padariniai) ir juos galima suprasti tik žmonių vartojama prasme.

2. Kodai ar sistemos, į kuriuos organizuojami ženklai. Čia tyrinėjama, kaip ženklai kinta ir atitinka visuomenės ar kultūros poreikius ir kaip panaudojami jų perdavimo kanalai.

3. Kultūra, kurios ribose šie kodai ir ženklai veikia. Tai savo ruožtu priklauso nuo to, kaip šie kodai ir ženklai panaudojami jos pačios egzistavimui ir išraiškai.

Taigi semiotika pirmiausia sutelkia savo dėmesį į tekstą. Linijiniuose, procesiniuose modeliuose tekstui skiriama ne daugiau dėmesio nei bet kuriai kitai proceso stadijai. Tiesą sakant, kai kuriuose jis praleidžiamas beveik be jokio komentaro. Tai pagrindinis skirtumas tarp šių dviejų krypčių. Kitas skirtumas – pranešimo priėmėjo padėtis (statusas). Semiotikoje teigiama, kad priėmėjas, arba skaitytojas, vaidina daug aktyvesnį vaidmenį nei daugumoje procesinių modelių (Gerbnerio modelis – išimtis). Semiotikai priimtinesnis terminas „skaitytojas“, o ne „priėmėjas“ (gavėjas) (net kai kalbama apie nuotrauką ar tapybą). Taip yra todėl, kad šis terminas pabrėžia didesnį aktyvumą, ir todėl, kad skaitymas yra tai, ko reikia išmokti – taigi yra nulemtas skaitytojo kultūrinės patirties. Skaitytojas padeda sukurti teksto reikšmę, tam pasitelkdamas savo patirtį, požiūrius ir emocijas.

Šio skyriaus pradžioje pateikiami keli pagrindiniai požiūriai į šį sudėtingą reikšmės klausimą. Po to aptariamas ženklų vaidmuo kuriant reikšmę ir ženklai klasifikuojami pagal tai, kaip jie atlieka šią funkciją.

Ženklai ir reikšmės

Pagrindinės sąvokos

Visi reikšmės modeliai yra labai panašios formos. Kiekvienas jų susijęs su trimis elementais, kurie vienaip ar kitaip įtraukti į bet kokius reikšmės tyrinėjimus. Tai: (1) ženklas, (2) tai, ką jis nurodo, ir (3) ženklo vartotojai.

Ženklas yra kažkas fiziška, suvokiama mūsų juslėmis, jis nurodo kažką kitą nei jis pats, jis priklauso nuo vartotojo pripažinimo, kad tai ženklas. Imkim mūsų ankstesnį pavyzdį: asmuo patraukia už ausies spenelio, duodamas ženklą aukciono vedėjui. Šiuo atveju ženklas nurodo to asmens siūlomą kainą, tokį jį pripažįsta ir aukciono vedėjas. Minėtas asmuo perduoda reikšmę aukcionatoriui – įvyksta komunikacija. Šiame skyriuje nagrinėsime du įtakingiausius reikšmės modelius. Pirmasis – filosofo ir logiko C.S. Peirce'o (pažvelgsime ir į Ogdeno ir Richardso variantą), o antrasis – lingvisto Ferdinando de Saussure'o.

Peirce'as (ir Ogdenas su Richardsu) ženklus, tai, ką jie nurodo, ir jų vartotojus laiko trikampio viršūnėmis. Kiekviena jų yra glaudžiai susijusi su kitomis dviem ir gali būti suprasta tik atsižvelgiant į kitas dvi. Saussure'as mano kiek kitaip. Jis sako, kad ženklas susideda iš savo fizinės formos ir asocijuotos mentalinės idėjos (angl. *mental concept*), ir kad ši idėja savo ruožtu yra išorinės realybės samprata. Ženklas siejasi su realybe tik per jį vartojančių žmonių idėjas.

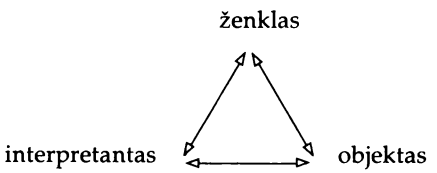
Taigi žodis AUTOMOBILIS (žymenys ant popieriaus ar garsai ore) turi atitinkamą mentalinę idėją. Maniškė bus labai artima jūsiškei, nors gali būti ir individualių skirtumų. Ši bendra idėja siejasi su realybės objektų klase. Tai taip paprasta, kad atrodo akivaizdu, bet gali būti ir problemų. Pavyzdžiui, du žmonės dažnai ginčijasi dėl to, ar kažkas yra žalia, ar mėlyna. Jie kalba viena kalba, žiūri į tą patį išorinės realybės gabaliuką – skirtumas slypi mėlynumo ir žalumo idėjose, kurios susieja mūsų žodžius su šia realybe.

Papildomos įžvalgos

C.S. Peirce'as

Peirce'as (1931–1958) bei Ogdenas ir Richardsas (1923) sukūrė labai panašų modelį, kaip ženklai reiškia (signifikuoja). Jie nustatė trikampį sąryšį tarp ženklo, vartotojo ir išorinės realybės, kaip būtiną modelį reikšmės tyrinėjimams. Peirce'as, kuris laikomas semiotikos amerikietiškos krypties pradininku, šį modelį aiškina paprastai.

> Ženklas yra tai, kas kažkam kažką reiškia tam tikru aspektu ar lygiu. Jis kreipiasi į kažką, tai reiškia, to asmens mintyse sukuria lygiavertį ar netgi labiau išplėtotą, aiškesnį ženklą. Ženklas, kurį jis sukuria, vadinamas pirmojo ženklo *interpretantu*. Ženklas reiškia, atstovauja kažkam, savo *objektui*. (Zeman, 1977)



12 pav. *Peirce'o reikšmės sudedamosios dalys*

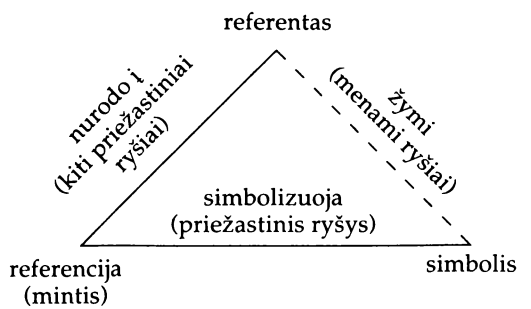
Trys Peirce'o terminai gali būti sumodeliuoti kaip pateikta 12 pav. Abipusės strėlės pabrėžia, kad kiekvienas terminas gali būti suprastas tik susietas su kitais. *Ženklas* nurodo kažką kitą, nei jis pats – *objektą*, ir kažkas jį supranta – tai yra vartotojo mintyse yra efektas – *interpretantas*. Mes turim suprasti, kad interpretantas – tai ne ženklo vartotojas, bet tai, ką Peirce kažkur kitur pavadino „tikru signifikato efektu". Tai reiškia, kad jis yra mentalinė idėja, sukurta ir ženklo, ir vartotojo patirties apie objektą. Žodžio (ženklo) MOKYKLA interpretantas bet kokiame kontekste bus vartotojo to žodžio patirties (jis netaikys jo technikos koledžui) ir jo patirties apie institucijas, vadinamas „mokykla", – objekto patirties – rezultatas. Taigi tai nėra užfiksuota, apibrėžta žodyne, bet gali šiek tiek kisti priklausomai nuo vartotojo patirties. Kitimo ribos yra nustatytos socialinės konvencijos

(šiuo atveju – kalbos konvencijos), šios ribos gali varijuoti priklausomai nuo socialinių ir psichologinių vartotojų skirtumų.

Čia matyti svarbus skirtumas tarp proceso ir semiotinių modelių. Tai yra, kad semiotiniuose modeliuose neišskiriami koduotojai ir iškoduotojai. Interpretantas yra ženklo vartotojo mentalinė idėja (sąvoka), nepriklausomai nuo to, ar jis yra kalbantysis ar klausytojas, rašytojas ar skaitytojas, tapytojas ar žiūrovas. Iškodavimas yra toks pat aktyvus ir kūrybingas kaip užkodavimas.

Ogdenas ir Richardsas (1923)

Anglai Ogdenas ir Richardsas, dirbantys šioje srityje, nuolat susirašinėjo su Peirce'u. Jie sudarė labai panašų trikampį reikšmės modelį. Jų referentas atitinka Peirce'o objektą, jų referencija – jo interpretantą ir jų simbolis – jo ženklą. Tame modelyje referentas ir referencija yra tiesiogiai susiję, kaip ir simbolis su referencija. Bet ryšys tarp simbolio ir referento yra netiesioginis, arba menamas. Tačiau toks nutolimas nuo Peirce'o modelio lygiaverčių ryšių priartina Ogdeną ir Richardsą prie Saussure'o (žr. žemiau). Jis taip pat ženklo ryšiui su realybe teikė mažiau reikšmės. Kaip ir Saussure'as, Ogdenas su Richardsu simboliui skyrė svarbiausią poziciją: mūsų simboliai nukreipia ir organizuoja mūsų mintis ar referencijas, o mūsų referencijos organizuoja realybės suvokimą. Ogdeno ir Richardso simbolis ir referencija yra panašūs į Saussure'o signifikantą ir signifikatą.



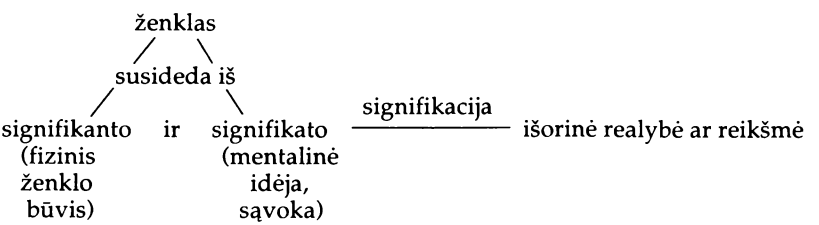
13 pav. *Ogdeno ir Richardso reikšmės sudedamosios dalys*

Saussure'as

Amerikiečių logikas ir filosofas C.S. Peirce'as buvo vienas iš semiotikos pradininkų, o kitas neabejotinai yra šveicarų lingvistas Ferdinandas de Saussure'as. Peirce'ui, kaip filosofui, rūpėjo mūsų patirties ir aplinkinio pasaulio suvokimas. Tik vėliau jis po truputį suprato *semiotikos*, signifikacijos akto, svarbą. Jis domėjosi reikšme, kurią suvokė kaip struktūrinį ryšį tarp ženklų, žmonių ir objektų.

Saussure'as, kaip lingvistas, pirmiausia domėjosi kalba. Jam labiau rūpėjo, kaip ženklai (ar, jo atveju, žodžiai) siejasi su kitais ženklais, nei tai, kaip jie siejasi su Peirce'o „objektu". Taigi Saussure'o pagrindinio modelio akcentai skiriasi nuo Peirce'o. Jis labiau sutelkia savo dėmesį tiesiogiai į patį ženklą. Saussure'ui ženklas buvo fizinis objektas su reikšme, ar, kitaip sakant, ženklas susidėjo iš *signifikanto* ir *signifikato*. Signifikantas yra mūsų suvokiamas ženklo pavidalas – žymės ant popieriaus ar garsai ore, signifikatas yra mentalinė idėja (sąvoka), kurią jis nurodo. Ši mentalinė idėja yra bendra visiems tos pačios kultūros nariams, vartojantiems tą pačią kalbą.

Iš karto galime pamatyti panašumą tarp Saussure'o signifikanto ir Peirce'o ženklo bei tarp Saussure'o signifikato ir Peirce'o interpretanto. Tačiau Saussure'ui mažiau nei Peirce'ui rūpi šių dviejų elementų ryšys su Peirce'o „objektu", arba išorine reikšme. Kai Saussure'as atkreipia į tai dėmesį, pavadina *signifikacija* ir ilgai ties tuo neužtrunka. Saussure'o modelis pavaizduotas 14 paveiksle.



14 pav. *Saussure'o reikšmės sudedamosios dalys*

Kaip iliustracija, ant popieriaus nupiešti du žymenys:

OX

Tai galėtų būti pirmieji du ėjimai žaidime kryžiukais ir nuliukais. Tokiu atveju jie lieka tik žymenimis ant popieriaus. Arba jie gali būti perskaityti kaip žodis (angl. *ox* – jautis, *vert. past.*), tada jie tampa ženklu, sudarytu iš signifikanto (jų vaizdo) ir būtent šio gyvulio mentalinės idėjos (jautiškumo). Santykis tarp vieno asmens jautiškumo idėjos ir jaučių fizinės realybės yra „signifikacija" – tai, kaip asmuo suteikia pasauliui reikšmę, supranta jį.

Mes tai pabrėžiame, nes svarbu atsiminti, kad signifikatai yra tiek pat tam tikros kultūros produktai, kaip ir signifikantai. Akivaizdu, kad žodžiai, signifikantai, įvairiose kalbose skiriasi. Bet lengva suklysti manant, kad signifikatai yra universalūs ir vertimas yra paprastas prancūziško žodžio pakeitimas, tarkim, angliškų, „reikšmė" ta pati. Tačiau yra ne taip. Mano ir Indijos valstiečio jautiškumo mentalinė idėja turėtų labai skirtis. Išmokdamas hindi kalbos žodį (signifikantą), reiškiantį jautį, vargu ar priartėju prie jo „jautiškumo" idėjos. Jaučio signifikacija kiekvienoje kultūroje yra tiek pat specifiška, kaip ir kiekvienos kalbos signifikantai.

Ženklas ir sistema

Klausimas „Kas yra jautis?", arba labiau lingvistinis ar semiotinis klausimas „Ką norime išreikšti ženklu ox?", yra apgaulingai paprastas. Pagal Saussure'ą, į šį klausimą galima atsakyti tik kontekste to, ko nenorime išreikšti šiuo ženklu.

Tai naujas požiūris į tai, kaip ženklai signifikuoja. Saussure'o ir Peirce'o teorijų panašumas – tai, kad jie ieško reikšmės struktūriniuose ryšiuose, bet Saussure'as turi omenyje naują ryšį – tarp ženklo ir kitų ženklų toje pačioje sistemoje, tai yra tarp ženklo ir tų ženklų, kuriais jis galėtų būti, bet nėra. Taigi ženklo „vyras" reikšmė priklauso nuo to, kuo jis skiriasi nuo kitų ženklų. „Vyras" gali reikšti „negyvūnas" arba „nežmogus", arba „neberniukas", arba „nešeimininkas".

Kai Chanel pasirinko prancūzų kino žvaigždę Catherine Deneuve, kad ši suteiktų jų kvepalams tam tikros subtilios tradicinės prancūziškos elegancijos įvaizdį, ji tapo ženklu sistemoje. Catherine Deneuve,

kaip ženklo, reikšmė priklausė nuo kitų gražuolių žvaigždžių, kaip ženklų, kuriomis ji nebuvo. Ji nebuvo Susan Hampshire (per daug angliška), ji nebuvo Twiggy (per jauna, priklausanti tam tikrai krypčiai, *kintamai* madinga), ji nebuvo Brigitte Bardot (per daug nesubtiliai seksuali) ir pan.

Pagal šį reikšmės modelį, signifikatai yra mentalinės idėjos, naudojamos realybei skaidyti ir kategorizuoti, kad galėtume ją suprasti. Ribos tarp vienos ir kitos kategorijos yra dirbtinės, nenatūralios, nes gamta yra vientisa. Nėra ribos tarp berniuko ir vyro, kol jos nenubrėžiame, o mokslininkai nuolat bando nustatyti ribas tarp žmonių ir kitų gyvūnų. Taigi signifikatai yra žmonių sukurti, nulemti kultūros ar subkultūros, kuriai jie priklauso. Jie yra dalis lingvistinės ar semiotinės sistemos, kurią šios kultūros nariai taiko tarpusavio komunikacijai.

Taigi realybės ar patirties sritis, į kurią koks nors signifikatas nurodo, yra ženklo signifikacija, sąlygojamas ne šios realybės ar patirties, bet tarpusavyje susijusių sistemos signifikatų ribų. Todėl geriausiai reikšmė apibrėžiama ženklų, o ne ženklo ir išorinės realybės, tarpusavio santykiu. Tą ženklo santykį su kitais ženklais jo sistemoje Saussure'as vadina *verte*. Pagal Saussure'ą, būtent *vertė* pirmiausia apibrėžia reikšmę.

Semiotika ir reikšmė

Semiotikai komunikacija yra užkoduotojo ar iškoduotojo atliekamas pranešimo reikšmės generavimas. Reikšmė nėra absoliutus statiškas konceptas, kurį tvarkingai supakuotą galima aptikti pranešime. Reikšmė yra aktyvus procesas: jam aprašyti semiotikai vartoja tokius žodžius, kaip kūrimas, generavimas ar derybos. Tinkamiausias tikriausiai yra derybos (derinimas), nes jos reiškia judėjimą pirmyn ir atgal, davimo ir ėmimo santykį tarp asmens ir pranešimo. Reikšmė yra rezultatas dinamiškos sąveikos tarp ženklo, interpretanto ir objekto, ji yra istoriška ir laikui bėgant gali lengvai pasikeisti. Gal net vertėtų atsisakyti sąvokos „reikšmė" ir naudoti Peirce'o pasiūlytą daug aktyvesnį terminą „semiozė" – signifikavimo veiksmas.

Ženklų kategorijos

Pagrindinės sąvokos

Pierce'as su Saussure'u stengėsi paaiškinti įvairius būdus, kuriais ženklai perteikia reikšmę. Pierce'as pateikė tris ženklo kategorijas, kurių kiekviena rodo skirtingą santykį tarp ženklo ir jo objekto, arba to, į ką jis nurodo.

Ikonoje ženklas kokiu nors būdu primena objektą – jis panašiai atrodo ar skamba. *Indekse* yra tiesioginis ryšys tarp ženklo ir jo objekto – iš tiesų jie yra susiję. *Simbolyje* nėra ryšio ar panašumo tarp ženklo ir objekto – simbolis komunikuoja tik todėl, kad žmonės susitaria, jog jis atstovaus tam dalykui. Fotografija yra ikona, dūmai yra ugnies indeksas ir žodis yra simbolis. Saussure'ui nerūpėjo indeksai. Iš tiesų kaip lingvistas jis domėjosi tik simboliais, nes žodžiai yra simboliai. Bet jo sekėjai pripažino, kad fizinė ženklo forma (kurią Saussure'as vadino signifikantu) ir su juo susijusi mentaline idėja (signifikatas) gali sietis *ikonišku* ar *sutartiniu* (angl. *arbitrary*) būdu. Kai yra ikoniškas ryšys, signifikantas atrodo ar skamba kaip signifikatas, kai sutartinis – jie abu susiję tik dėl vartotojų susitarimo. Tai, ką Saussure'as vadina ikonišku ir sutartiniu ryšiu tarp signifikanto ir signifikato, tiksliai atitinka Peirce'o *ikonas* ir *simbolius*.

Papildomos įžvalgos

Nors Saussure'as ir Peirce'as priklauso skirtingoms akademinėms lingvistikos ir filosofijos tradicijoms, tačiau jie visgi sutarė, kad ženklas yra svarbiausia siekiant suprasti semiotiką. Taip pat jie sutarė, kad pirmiausia reikia visus įvairiausius ženklus suskirstyti į kategorijas pagal tai, kaip, pagal Saussure'ą, signifikantas siejasi su signifikatu, ar, pagal Peirce'ą, ženklas siejasi su objektu.

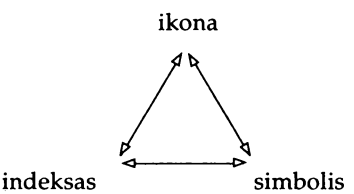
Peirce'as ir ženklas

Peirce'as suskirstė ženklus į tris tipus – ikona, indeksas ir simbolis. Ir vėl, jie gali būti pateikti trikampio modeliu (15 pav.). Peirce'as laikė jį tinkamiausiu ir fundamentaliu ženklų prigimties modeliu. Jis rašo:

> Kiekvienas ženklas priklauso nuo savo objekto, ar, pirma, atspindėdamas objekto bruožus, kai aš vadinu ženklą *ikona*, antra – būdamas realiai ir savitai susijęs su atskiru objektu, kai vadinu ženklą *indeksu*, trečia – kai daugmaž garantuotai jis bus interpretuojamas kaip denotuojantis tą objektą dėl įpročio... tada vadinu ženklą *simboliu*. (Zeman, 1977)

Ikona išlaiko panašumą į savo objektą. Tai akivaizdžiausia vizualiniuose ženkluose: fotografija yra ikona, žemėlapis yra ikona, įprastiniai vizualiniai ženklai, nurodantys vyrų ir moterų tualetus, yra ikonos. Bet ji gali būti ir verbalinė: onomatopėja yra pastanga kalbą paversti ikoniška. Tennysono eilutėje „The hum of bees in immemorial elms" žodžių skambesys primena bičių skleidžiamus garsus. Ji yra ikoniška. Beethoveno „Pastoralinėje" simfonijoje yra natūralių garsų muzikinių ikonų. Kai kurie kvepalai gali būti laikomi dirbtinėmis gyvūnų seksualinio sužadinimo kvapų ikonomis. Peirce'o ženklo–objekto–interpretanto modelis yra ikona, nes bandoma konkrečia forma atkurti abstrakčią šių elementų ryšių struktūrą.

Taip pat lengva paaiškinti ir *indeksą*. Tai ženklas, kai egzistuoja tiesioginis ryšys su objektu. Dūmai – ugnies indeksas, čiaudulys – peršalimo indeksas. Jei susitariu su jumis susitikti ir sakau, kad mane atpažinsit, nes esu barzdotas ir turėsiu geltoną rožę atlape, tai barzda ir geltona rožė yra mano indeksai.

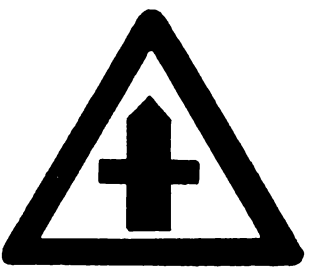


15 pav. *Peirce'o ženklų tipai*

Simbolis yra ženklas, kurio sąsajos su jo objektu yra susitarimo, konvencijos ar taisyklės dalykas. Žodžiai apskritai yra simboliai. Raudonas kryžius yra simbolis. Skaičiai yra simboliai – nėra jokios

priežasties, kad 2 pavidalas nurodytų į porą objektų, tai tik mūsų kultūros konvencija ar taisyklė. Romėniškas skaičius II, žinoma, yra ikoniškas.

Šios kategorijos nėra izoliuotos ir visai atskiros. Vienas ženklas gali susidėti iš kelių tipų. Imkime, pavyzdžiui, kelio ženklą, pavaizduotą 16 paveiksle. Raudonas trikampis yra simbolis – pagal kelių eismo taisykles, jis reiškia „perspėjimą". Kryžius viduryje yra ikonos ir simbolio derinys – jis ikoniškas, nes jo forma iš dalies nulemta objekto pavidalo, bet jis simbolinis, nes mes turim žinoti taisykles, kad suprastumėm jį kaip „sankryžą", o ne „bažnyčią" ar „ligoninę". Realiame gyvenime šis ženklas yra indeksas, nes nurodo, kad artėjame prie sankryžos. Kai jis yra atspausdintas kelių eismo taisyklėse ar šioje knygoje, jis nėra indeksas, nes nei fiziškai, nei erdvėje nėra susijęs su savo objektu.



16 pav. *Ikona-indeksas-simbolis*

Analizė

Galėtume išbandyti Peirce'o ženklų kategorijų aiškinamąją galią analizuodami 2 ir 3 iliustracijose pavaizduotas karikatūras. Karikatūros yra pavyzdžiai tokių pranešimų, kur informacijos gausą stengiamasi perteikti paprastomis, tiesioginėmis priemonėmis – jose naudojami paprasti signifikantai sudėtingiems signifikatams.

2 iliustracijoje – tradicinė dviejų žmonių pokalbio karikatūros konvencija perduoti pranešimui apie airių problemas, Vidurinės Anglijos pramonės suirutę, įstatymą ir tvarką bei tų dienų liberalų valdžios požiūrį.

2 iliustracija. *„Asquithas ir įstatymas"*

ASQUITHAS (savo pakalikui): „Ne, per daug nesijaudinkite dėl šių Olsterio oranžistų*, bet vis dėlto neišleiskite iš akių Juodojo krašto**. Mes pasiryžome netoleruoti šioje šalyje jokio kraujo praliejimo ir smurto, išskyrus tą, kuris vykdomas krikščionybės vardu!" (Willis Dysonas, *Daily Herald*, 1913 m. birželio 19).

Figūra dešinėje – Asquithas, ministras pirmininkas. Mes atpažįstam jį iš to, kaip nupieštas jo veidas: jis ikoniškas, tai reiškia, kad jo pavidalas atitinka *objekto* (paties Asquitho) išvaizdą. Tačiau rankos kišenėse yra kitokio pobūdžio ženklas. Jos kartu su tiesia poza ir svoriu, perkeltu į kulnus, gali būti nuoroda į nerūpestingumą. Fizinė poza yra emocinio nusiteikimo *indeksas*, taip kaip dūmai yra ugnies indeksas ar spuogeliai – tymų. Pasitikintis pilvo puslankis taip pat yra indeksas, nors kiek kitoks. Tai indeksas, artėjantis prie metonimijos (žr. toliau, psl. 144). Badaujančio vaiko nuotrauka gali būti

* Oranžistai (angl. *Orangemen*) – Šiaurės Airijos ultraprotestantų partijos nariai.
** The Black Country – Vidurinės Anglijos anglies ir geležies rūdos rajonai.

trečiojo pasaulio žemės ūkio indeksas, o storas pilvas – klestėjimo ir vartojimo indeksas (jei būtų pavaizduoti streikuojantys angliakasiai, jie tikriausiai būtų liesi ir alkani). Bet pats Asquithas buvo apkūnus. Taigi pilvas turi ir ikoninį matmenį. Taip pat manau, kad nusklembtas smakras yra toks pat ikoninis indeksas, nurodantis moralinį silpnumą ir nuosmukį. Tai manoji šio ženklo interpretacija, ir esu ne toks tikras, kad jūs tam pritarsite, dėl ko neabejoju interpretuodamas pilvą.

Karikatūristas Dysonas išnaudoja svarbią ikonų ir indeksų savybę. Šie abu ženklų tipai, nors ir skirtingai, yra tiesiogiai susiję su jų objektais, lyg jie atsineštų su savimi realybę. Atrodo, kad jie sako: „Objektas iš tiesų yra toks: jūsų interpretantas yra labiau suformuotas jūsų pačių objekto patirties, o ne mano ženklo. Mano ženklas tik primena jums patį objektą ar sukelia jo refleksiją." Jie daug įsakmiau leidžia suprasti, kad Asquithas iš tiesų yra abejingas, savimi patenkintas, klestintis, nei tai padarytų *simbolinis*, pavyzdžiui, verbalinis, apibūdinimas. 6 skyrelyje naujienų fotografijos analizė toliau išplėtos šią mintį.

Martinas Walkeris (1978), iš kurio knygos paimtos šio skyriaus karikatūros, komentuoja „policininko bukumą ir grėsmingą nugarą". Tikriausiai jums norėtųsi apsvarstyti, kaip ikoninis ir indeksinis santykis tarp ženklo ir objekto dera su skaitytojo socialine patirtimi apie policininkus, suformuodamas interpretantą.

Verta panagrinėti ir Gouldo karikatūrą (3 iliustracija). Kaizeris Vilis parodytas kaip įsilaužėlis, vagiantis šeimyninį sidabrą (Serbiją ir Belgiją). Už lango, pasiruošęs jį pagauti, yra policininkas, kurio žandenų siluetas identifikuoją jį kaip Johną Bullį. Britanija – policininkas, kuris ruošiasi apsaugoti Europą nuo vagies – Vokietijos.

Sidabras yra aiškus Serbijos ir Belgijos simbolis. Bet čia nėra išankstinio susitarimo dėl šio ryšio tarp objekto ir ženklo. Taigi, kad jį sukurtų, Gouldui tenka panaudoti kitą *simbolį* – žodžius SERBIA ir BELGIUM. Žinoma, šie žodžiai komunikuoja tik dėl jų vartotojų susitarimo, kad jie reiškia tam tikras Europos šalis. Tačiau žandenos yra Johno Bullio *indeksas*, o Johnas Bullis yra Britanijos *simbolis* (šiuo atveju, žinoma, yra susitarimas – mes visi sutinkam, kad Johnas Bullis simbolizuoja Britaniją).

3 iliustracija. *Kaizeris Vilis*
(Francis Gould, *Westminster Gazette*, 1914 rugpjūtis)

Ši karikatūra yra sudėtinga ikonų, indeksų ir simbolių kombinacija. Ji verta išsamesnės analizės nei čia pateiktoji. Jūs taip pat turėtumėte grįžti prie jos, perskaitę 6 skyrių, kai galėsite palyginti Pierce'o ženklų kategorijas su Jakobsono metaforos ir metonimijos teorija.

Saussure'as ir ženklas

Saussure'o ženklo analizėje „signifikacija", signifikato ir realybės, arba Pierce'o ženklo ir objekto, santykis, nustumiama į antrą vietą. Pirmiausia jį domina signifikanto ir signifikato ir vieno ženklo su kitais santykis. Saussure'o terminas „signifikatas" turi panašumų su Pierce'o „interpretantu", bet Saussure'as niekada nevartoja termino „efektas", norėdamas susieti signifikantą su signifikatu – jo dėmesys nesiekia vartotojų srities.

Saussure'o susidomėjimas signifikanto ir signifikato santykiu paskatino europietiškos tradicijos semiotikos plėtotę. Pats Saussure'as

susitelkė ties lingvistinės teorijos formavimu ir tik prabėgom užsiminė apie galimą tyrimų sritį, kurią jis vadino semiologija:

> Taigi galime įsivaizduoti *mokslą, kuris tyrinės ženklų gyvavimą visuomenėje*... Mes vadiname jį *semiologija*, iš graikiško *semeion* („ženklas"). Jis turėtų paaiškinti, iš ko susideda ženklai, kokiems dėsniams jie paklūsta. Kadangi jis dar neegzistuoja, negalime pasakyti koks jis bus, bet jis turi teisę egzistuoti, jam iš anksto garantuota vieta. Lingvistika – tik dalis šio bendro mokslo, ir dėsniai, kuriuos nustatys semiologija, bus taikytini ir lingvistikai. Ji tokiu būdu prisijungs prie aiškiai apibrėžtos žmogiškojo fenomeno srities. (Saussure, 1974)

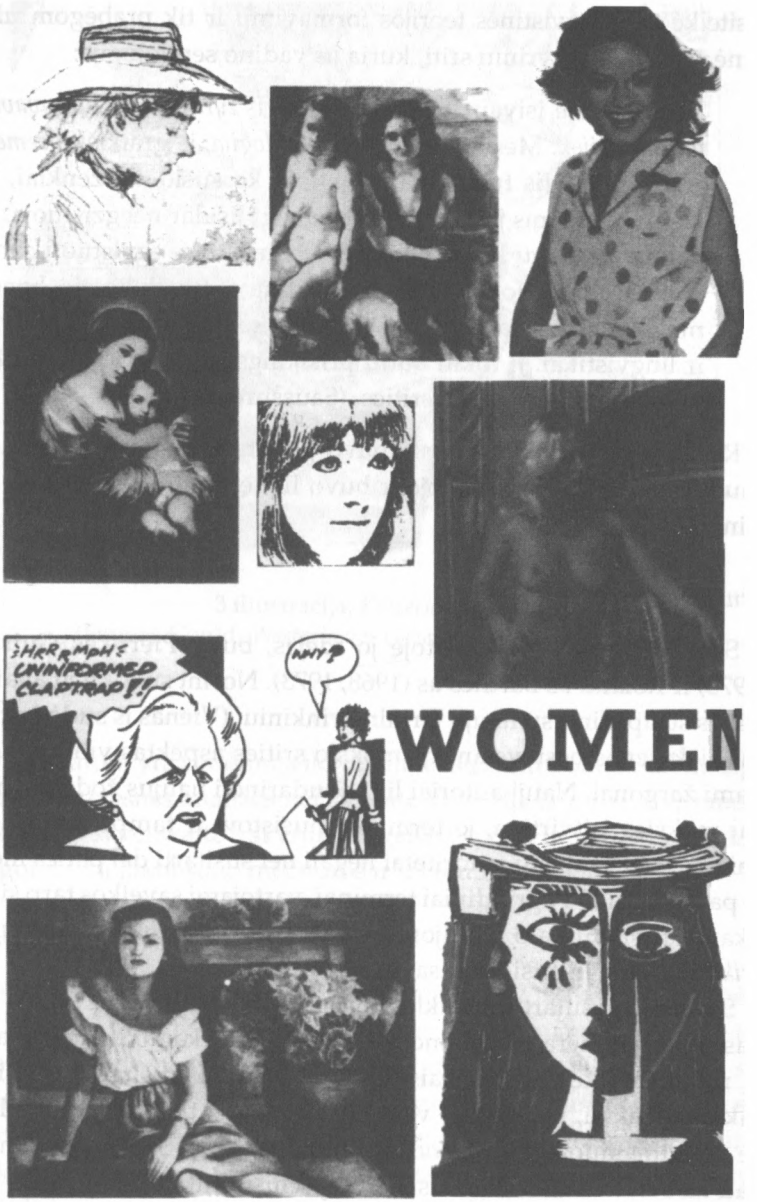
Realizuoti šį ženklų mokslą buvo palikta jo sekėjams. (Beje, šie daugiausia dirbo Prancūzijoje ir buvo linkę vartoti *semiologijos* terminą.)

Ženklo motyvacija

Saussure'o sekėjai, išplėtoję jo idėjas, buvo Pierre'as Guiraud (1975) ir Roland'as Barthes'as (1968, 1973). Norint suvokti jų analizę, reikės susipažinti su nauju terminų rinkiniu. (Vienas iš sudėtingiausių kiekvienos besivystančios mokslo srities aspektas yra jos sukuriami žargonai. Nauji autoriai linkę sudarinėti naujus žodžius, ir tik kai mokslas įsitvirtina, jo terminija nusistovi ir tampa plačiai pripažinta. Mūsų atveju autoritetai negali net susitarti dėl paties mokslo pavadinimo.) Pagrindiniai terminai, vartojami sąveikos tarp signifikanto ir signifikato studijose, yra *sutartinis, ikoninis, motyvacija* ir *priklausomybė*. Jie visi tarpusavyje artimai susiję.

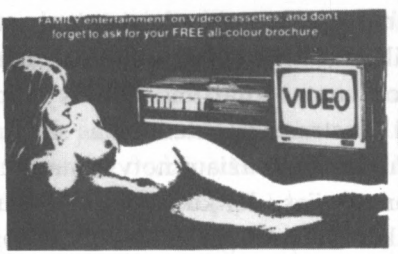
Saussure'ui sutartinė ženklo prigimtis yra kalbos esmė. Tuo jis nori pasakyti, kad nėra privalomo ryšio tarp signifikanto ir signifikato – tą ryšį lemia konvencija, taisyklės ar vartotojų susitarimas. Kitaip sakant, ženklai, kuriuos jis vadina *sutartiniais*, tiksliai atitinka Pierce'o vadinamuosius *simbolius*. Kaip ir Pierce'as, Saussure'as manė, kad tai svarbiausia ir labiausiai išsivysčiusi ženklų kategorija.

Terminas *ikoninis* mums jau pažįstamas. Saussure'o sekėjai jį vartoja pirsiškąja prasme, t.y. ikoninis ženklas yra toks, kur signifikanto forma yra bent kiek nulemta signifikato.



4 iliustracija. *Moteris žymintys ženklai*

WOMEN


FAMILY entertainment on Video cassettes, and don't
forget to ask for your FREE all-colour brochure.
VIDEO

Terminai *motyvacija* ir *priklausomybė* vartojami nusakyti, kiek signifikatas lemia signifikantą, ir jie beveik atstoja vienas kitą. Smarkiai motyvuotas ženklas yra labai ikoniškas: nuotrauka labiau motyvuota nei kelio ženklas. Sutartinis ženklas visai nemotyvuotas. Arba galime vartoti terminą *priklausomybė*, norėdami parodyti signifikato poveikį signifikantui. Kuo labiau motyvuotas ženklas, tuo labiau jo signifikantas priklauso nuo signifikato.

Vyro nuotrauka yra labai motyvuota, nes tai, kaip nuotrauka (signifikantas) atrodo, priklauso nuo to, kaip atrodo pats žmogus. (Fotografo įtaka – kadravimas, fokusas, apšvietimas, kampas ir t.t., yra galutinio ženklo sutartinis elementas.) Tapytas portretas yra ar gali būti mažiau ikoniškas arba labiau sutartinis – jis mažiau motyvuotas. Karikatūra (pvz., Asquitho, 2 iliustracija) – dar mažiau motyvuota, nes karikatūristas gali perteikti subjekto išvaizdą, kaip jam patinka, jis mažiau priklausomas. Jei norėtume surasti dar mažiau motyvuotą, labiau sutartinį „vyro" ženklą, kuris vis dar turi ikoninių elementų, tai tiktų vaikiškas kelių brūkšniukų piešinys ar simbolis ant vyrų tualeto. Nemotyvuotas sutartinis ženklas yra pats žodis VYRAS arba simbolis ♂. 4 iliustracijoje pateikiamas skirtingo motyvacijos lygio ženklų rinkinys. Kuo mažiau motyvuotas ženklas, tuo svarbiau yra žinoti konvencijas, dėl kurių susitarė vartotojai. Be jų ženklai lieka bereikšmiai, juos galima labai *klaidingai iškoduoti* (žr. žemiau, p. 97).

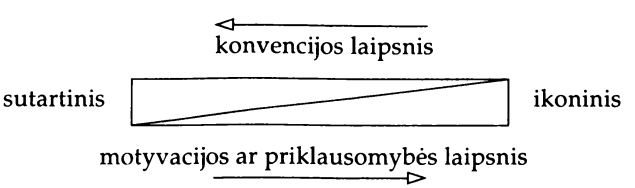
Konvencija

Konvencija, arba paprotys, kaip sako Pierce'as, komunikacijos ir signifikacijos procesuose atlieka įvairius svarbius vaidmenis. Pačiu formaliausiu lygiu ji gali paaiškinti taisykles, pagal kurias veikia sutartinis ženklas. Yra formalus susitarimas, kad ženklas KATĖ nurodo keturkojį kačių šeimos gyvūną, o ne aprangos dalį. Yra formali konvencija, susiejanti tam tikra tvarka išdėstytus tris ženklus su šia gramatine forma: KATĖS MEDŽIOJA ŽIURKES. Mes sutinkam, kad pirmas žodis vejasi trečiąjį. Sutartinis dalykas yra ir tai, kad daugiskaitą parodo galūnė.

Bet yra ir mažiau formalios, mažiau akivaizdžiai išreikštos konvencijos. Mes žinome iš patirties, kad sulėtinti kadrai televizijoje „reiškia" viena iš dviejų: įgūdžių ar klaidų analizę (ypač sporto programose) arba grožio įvertinimą. Kartais, kaip transliuojant moterų gimnastiką, tai reiškią ir viena, ir kita. Panašių ženklų patirtis, t.y. konvencijos patirtis, leidžia mums tinkamai reaguoti – mes žinome, kad tai nereiškia, jog žmogus staiga pradėjo lėtai bėgti, o turinio patirtis pasako mums, ar tuo momentu mums reikėtų gėrėtis, ar vertinti judesio meistriškumą.

Kartais sunku nustatyti, koks yra ikoniškumo ir konvencijos santykis ženkle, t.y. kiek motyvuotas ar priklausomas ženklas yra iš tiesų. Stambiu planu rodomas kieno nors veidas televizijoje konvencionaliai reiškia, kad tas asmuo patiria kokias nors stiprias emocijas. Pagal susitarimą mes žinome, kad tai nereiškia, jog mes staiga prie jo prikišom savo veidą. Bet tas stambus planas turi ir ikoninį elementą, nes reprezentuoja ar išreiškia mūsų dėmesio sutelktumą į tą asmenį tuo momentu.

Konvencija būtina bet kokiam ženklui suprasti, koks ikoninis ar indeksinis jis bebūtų. Mes turime sužinoti, kaip suprasti nuotrauką ar net natūralaus dydžio vaškinę figūrą. Konvencija yra ženklų socialinė dimensija (žr. taip pat p. 95), tai yra susitarimas tarp ženklų vartotojų, kaip tinkamai vartoti ženklus ar reaguoti į juos. Be konvencinės dimensijos ženklai yra visiškai asmeniški, ir todėl jie nekomunikuoja. Taigi skirtumą tarp sutartinių ir ikoninių ženklų, ar tarp simbolių ir ikonų (ar indeksų), labiau tiktų suvokti kaip skalę, o ne kaip atskiras kategorijas. Viename šios skalės gale būtų grynai sutartinis ženklas – simbolis. Kitame gale turėtume absoliučiai gryną ikoną, kuri, žinoma, negali realiai egzistuoti. Galime taip įsivaizduoti šią skalę (17 pav.).



17 pav. *Motyvacijos skalė*

Kairėje skalės pusėje yra visiškai sutartiniai, konvenciniai, nemotyvuoti, nepriklausomi ženklai. Viduryje – mišrūs ženklai, išdėstyti priklausomai nuo jų motyvacijos laipsnio. Taigi kryžius, nurodantis sankryžą ant kelio, bus kairiau nei konkrečių kelių susikirtimo žemėlapis. Pirmąjį galėtumėm įvertinti kaip 60 procentų sutartinį, 40 procentų ikoninį, tuo tarpu antrasis galėtų būti 70 ir 30 procentų. Ir turėtume visai nubraukti paskutiniuosius dešinės pusės milimetrus, kol hologramos netobulos ir yra neįmanoma sukurti grynai ikoninį ženklą.

Ženklų organizavimas

Pagrindinės sąvokos

Saussure'as nustatė du ženklų organizavimo į kodus būdus. Pirmasis yra per *paradigmas*. Paradigma – tai ženklų rinkinys, iš kurio vienas pasirenkamas vartojimui. Kelių ženklų formų rinkinys – kvadratai, apskritimai, trikampiai – sudaro paradigmą, kaip ir rinkinys simbolių, kurie juose pateikiami. Saussure'o pasiūlytas antrasis būdas yra *sintagminis*. Sintagma yra pranešimas, sudarytas iš pasirinktų ženklų. Kelio ženklas yra sintagma – pasirinktos formos ir pasirinkto simbolio kombinacija. Kalboje žodyną galima laikyti paradigma, o sakinį – sintagma. Taigi visi pranešimai yra susiję su *pasirinkimu* (iš paradigmos) ir *kombinacija* (sudarant sintagmą).

Papildomos įžvalgos

Turėtume prisiminti, kad Saussure'as tvirtino, jog ženklo reikšmė iš esmės priklauso nuo jo santykio su kitais ženklais. Čia labiausiai išryškėja jo lingvistinė pakraipa ir būtent čia jis radikaliai skiriasi nuo Peirce'o. Pagrindiniai du ženklo santykio su kitais ženklais tipai apibrėžiami *paradigmos* ir *sintagmos* terminais.

Paradigmos

Pirmiausia aptarkime paradigmas. Paradigma yra aibė, iš kurios išsirenkama, ir tik vienas elementas iš šios aibės gali būti pasirinktas.

Paprastas pavyzdys yra raidės iš abėcėlės. Jos sudaro rašytinės kalbos paradigmą ir iliustruoja dvi pagrindines paradigmos charakteristikas:

(i) Visi paradigmos elementai turi turėti kažką bendro – turi būti bendra savybė, lemianti jų priklausymą tai paradigmai. Mes turim žinoti, kad M yra raidė, taigi ji yra abėcėlės paradigmos narys. Mes taip pat turim pripažinti, kad 5 nepriklauso tai paradigmai kaip ir ÷ .

(ii) Kiekvienas paradigmos vienetas turi būti aiškiai atskiriamas nuo visų kitų toje paradigmoje. Turi būti įmanoma nusakyti paradigmos ženklų skirtumus ir jų signifikantų bei signifikatų reikšmes. Priemonės, kurios padeda atskirti vieną signifikantą nuo kito, yra vadinamos *skiriamaisiais* ženklo *bruožais*. Tai reikšminga analitinė savoka, prie kurios dar grįšime vėliau. Apie mūsų pateiktą pavyzdį galima tik pasakyti, kad blogas rankraštis yra tas, kurio raidžių skiriamieji bruožai neryškūs.

Kiekvieną kartą komunikuodami turime pasirinkti iš paradigmos. Žodžiai yra paradigma – žodynas yra paradigma. Pagal kategorijas žodžiai gali būti pasiskirstę į kitas, specifiškesnes paradigmas: gramatines, tokias kaip daiktavardžiai ir veiksmažodžiai, vartojimo paradigmas – kūdikių kalba, teismų kalba, meilės kalba, vyriški keiksmažodžiai, arba garso paradigmas – žodžiai, kurie rimuojasi (dieną, sieną, vieną ir t.t.). Dar detalesniame lygyje net ir trys Saussure'o terminai, skirti ženklų analizei, sudaro paradigmą ir dažnai užrašomi kaip Sn, Sr, Sd. Čia S pagal susitarimą nurodo paradigmą, o n, r ir d – skiriamieji bruožai, identifikuojantys jos elementus.

Kiti paradigmų pavyzdžiai: planų kaita televizijoje – šokinėjantis, nykstantis ar ryškėjantis, keičiantis vienas kitą ir pan., galvos apdangalai: skrybelė, kepurė, beretė, kepurė su snapeliu ir t.t., kėdžių svetainėje stilius, vairuojamo automobilio tipas, laukujų durų spalva. Čia visur yra paradigminis pasirinkimas – mūsų pasirinkto vieneto reikšmė labai priklauso nuo nepasirinktų vienetų reikšmių. Galima apibendrinti taip – „kur yra pasirinkimas, ten yra reikšmė, o to, kas pasirinkta, reikšmė priklauso nuo nepasirinktų reikšmių".

Sintagmos

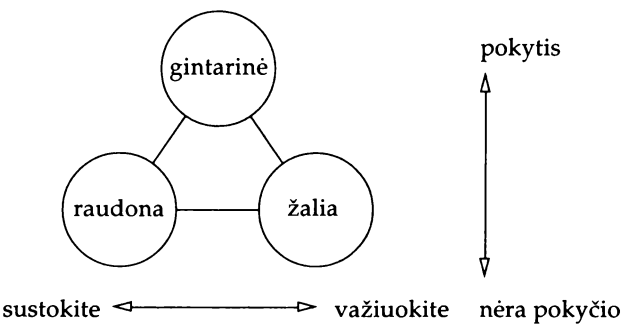
Kai jau elementas išrinktas iš paradigmos, paprastai jis derinamas su kitais elementais. Šis derinys vadinamas *sintagma*. Taigi užrašytas žodis yra vizualinė sintagma, sudaryta iš abėcėlės raidžių paradigmatinių pasirinkimų. Sakinys yra žodžių sintagma. Mūsų rūbai yra sintagma, sudaryta iš kepurių, kaklaryšių, marškinių, švarkų, kelnių, kojinių ir pan. paradigmų pasirinkimo. Mūsų kambarių apstatymas yra pasirinkimų sintagma iš kėdžių, stalų, minkštasuolių, kilimų, apmušalų ir t.t. Architekto suprojektuotas namas yra durų, langų ir t.t. stilių ir jų išdėstymo sintagma. Meniu yra geras užbaigtos *sistemos* pavyzdys. Pateikiamas galimas visų patiekalų pasirinkimas (paradigmos), kiekvienas valgytojas iš jų susidaro pietus, užsakymas, pateiktas padavėjui, yra sintagma.

Svarbus sintagmų aspektas yra taisyklės ar konvencijos, kuriomis remiantis sudaromos elementų kombinacijos. Kalboje tai vadiname gramatika arba sintakse, muzikoje – melodija (harmonija yra paradigmatinis pasirinkimas), apsirengime – geru skoniu ar mados pajautimu, nors čia taip pat yra ir formalesnių taisyklių. Pavyzdžiui, juoda peteliškė, balti marškiniai ir juodas švarkas reiškia pobūvio svečią, o ta pati peteliškė su fraku ir balta stačia apykakle reikštų padavėją. Taigi sintagmoje pasirinktas ženklas gali būti priklausomas nuo jo ryšio su kitais ženklais, jo reikšmė iš dalies yra nulemta jo ryšio su kitais sintagmos elementais. Saussure'ui ir juo sekantiems struktūralistams raktas ženklui suprasti buvo jo struktūrinio ryšio su kitais ženklais išsiaiškinimas. Yra du struktūrinių ryšių tipai – paradigminis, t.y. pasirinkimo, arba sintagminis – suderinimo.

Šviesoforas

Šviesoforas yra paprasta komunikacijos sistema, kurią galima panaudoti šio skyriaus analitinėms idėjoms iliustruoti. 18 paveiksle pavaizduotas Edmundo Leacho (1974) struktūrinių šviesoforo ryšių modelis. Norėdami iki galo išanalizuoti signifikavimo procesą, turime pradėti nuo paradigmos nustatymo – t.y. transportą reguliuojančių šviesų. Čia raudona šviesa reiškia SUSTOKITE, o ne VIEŠNAMIS ar VYKSTA ĮRAŠAS. Ji yra sutartinis ženklas, arba simbolis, bet ne

visai. Raudona yra taip paplitusi kaip pavojaus ženklas, kad visai pagrįsta čia ieškoti ikoninių elementų. Tai gali būti dėl kraujo spalvos ar dėl to, kad itin didelio pykčio ar baimės metu išsiplėtusios akies kraujagyslės iš tiesų mūsų matomą vaizdą paverčia raudonu. Taigi raudona yra krizės spalva. Jei raudona, kartu dėl konvencijos ir motyvacijos, reiškia „sustokite", visa kita – tik logiška seka. Žalia yra priešingame spalvų spektro gale, taip kaip VAŽIUOKITE yra priešinga SUSTOKITE. Čia spalva yra skiriamasis bruožas, ir žalia kiek įmanoma skiriasi nuo raudonos. Jei sistemai reikia trečio elemento, galėtume pasirinkti geltoną arba mėlyną, nes šios spalvos yra spektro viduryje tarp žalios ir raudonos. Mėlyna yra palikta gelbėjimo tarnyboms, taigi natūralus pasirinkimas yra geltona, konkrečiau – gintarinė. Tada imamės paprastos sintaksės: gintarinė kartu su raudona yra sintagma, reiškianti, kad pokytis vyks link VAŽIUOKITE, vien gintarinė reiškia pokytį SUSTOKITE link. Kitos taisyklės nurodo, kad tuo pat metu negali būti raudona ir žalia ir kad žalia ir raudona niekada negali iš karto pasikeisti.



18 pav. *Šviesoforas*

Šioje sistemoje numatytas didelis perteklius. Iš tiesų reikalinga tik raudona šviesa – deganti ji reikštų SUSTOKITE, išjungta – VAŽIUOKITE. Bet net ir laikini šviesoforai padidina perteklių, įtraukdami ir žalią. Tai apsaugo nuo galimos klaidos iškoduoti išjungtą šviesą kaip „šviesoforas sugedo". Visa sistema yra labai perteklinė, nes gyvybiškai svarbu sumažinti iškodavimo klaidas, o be to, gali būti daug „triukšmo" (saulė šviečia į akis, didelis judėjimas, blaškantis dėmesį).

4
Kodai

Kodai

Pagrindinės sąvokos

Analizuodami šviesų reikšmę eismui, mes tyrinėjome kodą. Iš tikrųjų kodai yra organizuotų ženklų sistemos. Šios sistemos paklūsta taisyklėms, kurias pripažįsta visi kodą vartojančios bendruomenės nariai. Tai reiškia, kad tiriant kodus dažnai pabrėžiamas *socialinis* komunikacijos matmuo.

Todėl beveik visi sutartiniai arba paklūstantys visuomenės pripažįstamoms taisyklėms socialinio gyvenimo aspektai gali būti laikomi „užkoduotais". Reikia skirti *elgesio kodus*, kaip antai, teisės kodeksą, gero elgesio taisykles arba dviejų regbio variantų taisykles, ir *reikšminius kodus*. Reikšminiai kodai – tai ženklų sistemos. Atskyrę šias kodų rūšis, turime pripažinti, kad jos yra tarpusavyje susijusios. Kelių eismo taisyklės yra kartu ir elgesio, ir reikšmių sistema. Bernsteino darbuose žmonių vartojama kalba siejama su jų socialiniu gyvenimu. Tiesą sakant, joks reikšminis kodas negali būti atskiriamas nuo socialinės jo vartotojų praktikos.

Tačiau šioje knygoje mes kreipiame dėmesį į antrąją kodų rūšį. Iš tiesų čia žodis „kodas" vartojamas reikšminės sistemos prasme. Visiems šio tipo kodams būdingi bendri bruožai:

1. Juos sudaro tam tikri elementai (kartais vienas), iš kurių galima rinktis. Tai yra paradigminis matmuo. Šiuos elementus (išskyrus paprasčiausius vieno elemento kodus) galima derinti pagal susitarimą arba taisykles. Tai yra sintagminis matmuo.

2. Visi kodai perteikia reikšmę: jų elementai – tai ženklai, kurie įvairias būdais nurodo kažką kitą, o ne save.

3. Visi kodai priklauso nuo vartotojų susitarimo ir bendro kultūros pamato. Kodai ir kultūra dinamiškai sąveikauja.

4. Visi kodai atlieka apibrėžtą socialinę ar komunikacinę funkciją.

5. Visus kodus galima perduoti atitinkamomis komunikacijos priemonėmis ir (arba) kanalais.

Šiame skyriuje apžvelgiami visi minėti bruožai, tačiau daugiau dėmesio skiriama trečiam ir ketvirtam bruožams. Antrasis bruožas plačiau aptartas trečiame, o penktasis – pirmame skyriuje. Tačiau pirmiausia pravartu apibendrinti tai, ką jau žinome apie kodus sudarančių elementų prigimtį, ir įtraukti du naujus terminus: *analoginis* ir *skaitmeninis* kodas.

Analoginiai ir skaitmeniniai kodai

Pagrindinės sąvokos

Mes jau matėme (p. 76), kad paradigmas sudaro iš esmės panašūs elementai, kuriuos vieną nuo kito skiria būdingi bruožai. Egzistuoja du paradigmų tipai, pagal kuriuos skiriame ir dviejų tipų kodus – analoginius ir skaitmeninius. Skaitmeninio kodo elementų raiška (signifikantas) ir turinys (signifikatas) yra aiškiai atskirti. Analoginis kodas – tai kodas, kurį išreiškia tolydžioji kreivė. Skaitmeninis laikrodis atskiria vieną minutę nuo kitos: jis rodo arba penkias, arba šešias minutes po kažkurios valandos. Analoginis laikrodis turi nepertraukiamą skalę, ir tik sužymėję ciferblatą mes galime „skaitmeniniu" būdu nustatyti laiką.

Skaitmeninius kodus lengviau suprasti dėl to, kad jų elementai yra akivaizdžiai atskirti vienas nuo kito. Sutartiniai kodai yra skaitmeniniai, todėl juos lengva užrašyti ir atvaizduoti. Muzika iš esmės yra analoginis kodas, tačiau mūsų natų užrašymo sistema suteikė jai ryškius atskirtumo bruožus (natos ir gamos) ir priskyrė skaitmeninio

kodo ypatybes. O šokis yra analoginis kodas. Jame naudojami gestai, kūno padėtis, atstumai yra analoginio kodo elementai, todėl juos sunku atvaizduoti. Apskritai gamtą sudaro analogai. Bandydami suprasti ir klasifikuoti gamtą, mes panaudojame skaitmeninius skirtumus, pavyzdžiui, septyni žmogaus amžiaus tarpsniai; intymūs, asmeniniai, pusiau vieši ir vieši atstumai tarp žmonių.

Papildomos įžvalgos

Reikšminių skirtumų ir skiriamųjų bruožų paieška yra labai svarbi tekstiniam reikšmės aspektui. Sutartinių ar simbolių kodų atveju tai nesudėtingas procesas, nes paradigmos elementai yra nustatyti ir suderinti, skirtumai tarp jų privalomai apibrėžti.

Tačiau ikoninių ženklų kodai kelia problemų. Susipažinsime su komutacijos testais (p. 128) ir Baggaley bei Ducko semantinio diferencialo tyrimais (p. 166). Šiais tyrimais bandoma nustatyti, kokie ikoninio pranešimo bruožai yra reikšminiai. Fiske ir Hartley (1978) smulkiai aptarė kode esančio „mažiausio reikšminio elemento" problemas ir jo nustatymo svarbą. Mūsų atlikta reportažinės nuotraukos semiotinė analizė (p. 123) rodo, kad skiriamieji bruožai gali būti reikšminiai tik antrame reikšmės lygmenyje. Fotografijos kodai kelia ypač didelių problemų, nes atrodo, kad fotografija, kaip ir gamta, yra sudaryta iš analoginių sistemų. Reikšmės paieškos reikalauja atpažinti reikšminius skirtumus, todėl analoginei tikrovei suteikiami skaitmeniniai požymiai. Ciferblato perimetro dalijimas į šešiasdešimt dalių – tai metafora, rodanti, kaip mes suteikiame tikrovei reikšmę.

Taigi pats tikrovės suvokimas yra kodavimo procesas. Suvokdami suteikiame prasmę duomenims, t.y. nustatome reikšminius skirtumus ir taip identifikuojame suvokiamo reiškinio elementus. Po to suvokiame ryšius tarp šių elementų ir sujungiame juos į visumą. Kitaip tariant, suvokdami kuriame paradigmas ir sintagmas. Mūsų tikrovės suvokimas ir supratimas yra tokia pati mūsų kultūros ypatybė kaip ir kalba. Kaip tik šia prasme mes ir kalbame apie tikrovę kaip socialinį konstruktą.

Prezentaciniai kodai

Tačiau kodai yra ne tik duomenų organizavimo ir supratimo sistemos, jie atlieka komunikacines ir socialines funkcijas. Pagal šias funkcijas skiriami prezentaciniai (pristatomieji) ir reprezentaciniai (atstovaujamieji) kodai.

Reprezentaciniai kodai naudojami *tekstams*, tai yra nepriklausomai egzistuojantiems pranešimams, sudaryti. Tekstas reiškia kažką kitą, o ne save ar sudarytoją. Tekstą sudaro ikoniniai ženklai, arba simboliai. Didesnėje šios knygos ir šio skyriaus dalyje kalbama apie tai, kaip suprantame iš reprezentacinių kodų sudarytus tekstus. Prezentacinius kodus sudaro indeksai (nuorodos). Jie negali reikšti ko nors kito, o tik save ar jų sudarytoją, t.y. bendraujantį asmenį, jo dabartinę socialinę padėtį.

Neverbalinė komunikacija

Pagrindinės sąvokos

Neverbalinė komunikacija vyksta per prezentacinius kodus, pavyzdžiui, gestus, akių judesius ar balso ypatybes. Šie kodai perduoda pranešimus tik apie tai, kas vyksta čia ir dabar. Asmens balso tonas nurodo jo dabartinį požiūrį į pokalbio temą ir klausytoją, tačiau negali perduoti pranešimo apie tai, ką asmuo jautė praėjusią savaitę. Todėl prezentaciniai kodai yra riboti, jie tinka tik bendraujant akis į akį, dalyvaujant kitam asmeniui. Jie atlieka dvi funkcijas.

Pirma, kaip jau matėme, jie teikia referentinę (nuorodinę) informaciją. Tai informacija apie kalbėtoją ir jo padėtį, iš šios informacijos klausytojas sužino, kas yra kalbėtojas, kokios jo pažiūros, socialinė padėtis ir t.t. Antra funkcija – tai sąveikos reguliavimas. Kodai vartojami užmegzti su kitais tokius santykius, kokių nori koduotojas. Tam tikrų gestų, kūno padėčių ar balso tonų padedamas asmuo gali užgožti draugus, nuraminti juos arba užsisklęsti nuo jų. Gali kodais parodyti, kad baigė kalbėti ir atėjo eilė kalbėti kitam, arba išreikšti norą nutraukti susitikimą. Tam tikra prasme šie kodai atlieka referentinę funkciją, bet vartojami perduoti informaciją apie santykį, o ne apie patį kalbėtoją.

Abi prezentacinių kodų funkcijas gali atlikti ir reprezentaciniai kodai, jei prezentacinius kodus įtraukiame į reprezentacinius pranešimus. Rašytas tekstas gali „išreikšti balso toną", nuotrauka – perteikti nusivylimą arba džiaugsmą. Tačiau socialpsichologai pripažįsta ir trečią kodų funkciją, kurią atlieka tik reprezentaciniai kodai. Tai – kognityvinė, arba sąvokų sudarymo, funkcija. Šiuo atveju kuriamas nuo bendraujančio asmens ir situacijos nepriklausantis pranešimas arba tekstas, jis perduoda informaciją apie idėjas ar nesančius daiktus. Tiesioginė kalba arba fotografija yra reprezentacinių kodų pavyzdžiai. Jakobsono modelis (p. 53) gali paaiškinti skirtumą tarp šių dviejų kodų tipų. Tik reprezentaciniai kodai gali atlikti referentinę funkciją. Prezentaciniai kodai efektyviausiai atlieka konotacinę ir emocinę funkcijas. Abiejų tipų kodai veikia estetiniame ir fatiniame lygmenyse, nors metalingvistinis lygmuo būdingas tik reprezentaciniams kodams.

Papildomos įžvalgos

Žmogus savo kūnu dažnai perduoda prezentacinius kodus. Argyle'is (1972) pateikia dešimties tokių kodų ir galimų jais perteikti reikšmių sąrašą.

1. *Prisilietimai.* Svarbius duomenis apie santykius perduoda prisilietimai (ką, kur ir kada mes liečiame). Įdomu tai, kad šis, taip pat ir prokseminis kodas, įvairiose kultūrose yra labai skirtingi. Pavyzdžiui, britai liečia vienas kitą rečiau negu beveik visų kitų kultūrų atstovai.

2. *Atstumai* (arba *proksemika*). Pranešimus apie santykius perduoda ir atstumas, per kurį priartėjame prie kokio nors asmens. Atrodo, kad skirtingi atstumai labai priklauso nuo tam tikrų „skiriamųjų požymių". Trijų pėdų atstumas yra intymus, iki aštuonių pėdų – asmeninis, per aštuonias pėdas – pusiau viešas atstumas ir t.t. Skirtingose kultūrose šie atstumai gali būti skirtingi. Pavyzdžiui, aštuoniolika colių arabų kultūroje yra asmeninis, o ne intymus atstumas, o tai gali labai trikdyti klausytoją iš Britanijos. Viduriniosios klasės atstovai paprastai laikosi didesnių atstumų negu darbininkai.

3. *Orientacija*. Dar vienas būdas perduoti pranešimą apie santykius – orientacija į kitus asmenis tam tikru kampu. Intymius santykius ar priešiškumą išreiškiame atsisukdami veidu į kitą žmogų, bendradarbiavimą pabrėžia pasisukimas į kitą asmenį 90 laipsnių kampu ir t.t.

4. *Išvaizda*. Argyle'is skirsto ją į dvi dalis: į tuos požymius, kuriuos galima sąmoningai kontroliuoti (plaukai, rūbai, oda, kūno dažai ir puošmenos), ir mažiau kontroliuojamus (ūgis, svoris ir t.t.). Visose kultūrose plaukai reiškia labai daug, nes tai „lanksčiausia" mūsų kūno dalis – šukuoseną keisti lengviausia. Išvaizda siunčia pranešimus apie asmenį, jo visuomeninę padėtį, o ypač prisitaikymą prie taisyklių. Paauglių apranga ir šukuosena dažnai išreiškia nepasitenkinimą suaugusiųjų vertybėmis, tačiau po to, kai tokie pranešimai sukelia neigiamą suaugusiųjų reakciją, jie skundžiasi!

5. *Linksėjimai galva*. Jie dažniausiai padeda valdyti tarpusavio sąveiką, ypač kalbant paeiliui. Vienas linktelėjimas leidžia kitam tęsti kalbą; greiti linktelėjimai gali išreikšti norą kalbėti.

6. *Veido išraiška*. Ją galima suskirstyti į antakių judesių, akių formos, burnos formos, šnervių dydžio subkodus. Įvairūs jų deriniai lemia veido išraišką. Galima parašyti jų derinių ir reikšmių „gramatiką". Įdomu tai, kad veido išraiška atspindi mažiau kultūrinių ypatybių negu kiti prezentaciniai kodai.

7. *Gestai* (arba *kinezika*). Gestikuliuojame daugiausia plaštaka ir ranka, tačiau taip pat svarbūs yra pėdų ir galvos gestai. Jie glaudžiai koordinuojami su kalba ir papildo žodinę komunikaciją. Jie gali rodyti arba bendrą emocinį pakilimą, arba ypatingas emocines būsenas. Trūkčiojantys, pabrėžti gestai aukštyn ir žemyn dažnai rodo pastangas dominuoti, o aptakūs, tolygūs, apskriti gestai išreiškia troškimą paaiškinti arba sukelti užuojautą. Be šių referentinių gestų, yra ir simbolinių gestų grupė. Dažnai tai kuriai nors kultūrai arba subkultūrai būdingi įžeidžiantys arba skatologiniai gestai, pavyzdžiui, V gestas. Taip pat turime paminėti ikoninį gestų tipą, pavyzdžiui, kvietimą arba formos ir krypties apibūdinimą rankomis.

8. *Laikysena.* Mūsų stovėjimo, sėdėjimo arba gulėjimo būdas gali perduoti tam tikras ribotas, bet įdomias reikšmes. Jos dažnai būna susijusios su asmeniniais santykiais: draugiškumu, priešiškumu; laikysena gali išreikšti pranašumą ar nepilnavertiškumą. Laikysena parodo ir emocinę būseną, ypač įtampos ar atsipalaidavimo pobūdį. Įdomu, o gal ir stebėtina tai, kad laikyseną sunkiau kontroliuoti negu veido išraišką: nerimą, kurio nesimato veide, gali išduoti laikysena.

9. *Akių judesiai ir žvilgsniai.* Tai, kada, kaip dažnai ir kaip ilgai mes žiūrime į akis, taip pat perduoda svarbius pranešimus apie santykius, ypač apie pageidaujamą dominavimą ar artumą. Siekimas ką nors sugluminti spoksant yra paprastas iššūkis dominuoti; meilus žvilgčiojimas rodo norą suartėti. Jeigu žiūrima į akis pradedant kalbėti, tai rodo bandymą patraukti klausytoją, atkreipti jo dėmesį; jei žiūrima į akis baigiant ar baigus kalbėti, reiškiami artimesni santykiai, noras gauti atsakymą, pamatyti, kaip klausytojas reaguoja.

10. *Neverbaliniai kalbos aspektai.* Jie dalijami į dvi kategorijas:
a) prozodiniai kodai, veikiantys vartojamų žodžių prasmę. Svarbiausi iš šių kodų yra balso tonas ir kirtis. Priklausomai nuo intonacijos, sakinys „Parduotuvės dirba sekmadienį" gali virsti teiginiu, klausimu arba nuostabos šūksniu;
b) paralingvistiniai kodai, perduodantys informaciją apie kalbėtoją. Tonas, garsumas, akcentas, kalbos klaidos ir greitis rodo kalbėtojo emocinę būseną, asmenybę, klasę, visuomeninę padėtį, požiūrį į klausytoją ir t.t.

Prezentaciniai kodai yra klasifikuojami pagal jų perdavimo priemones. Visi jie yra sąlygiškai paprasti, nes juos sudaro palyginti nedaug iš vienos paradigmos pasirenkamų elementų, o sintagmas sudaro labai paprastos jų derinimo taisyklės. Iš tikrųjų jie labai artimi ribotiems, kaip juos vadina Bernsteinas, kodams.

Išplėtoti ir riboti kodai

Pagrindinės sąvokos

Šią pagarsėjusią kodų klasifikaciją sukūrė Basilis Bernsteinas (pvz., 1964, 1973). Jis yra sociolingvistas ir savo darbe sutelkė dėmesį į vaikų kalbą. Taigi šie terminai iš pradžių buvo taikomi įvairiam žodinės kalbos vartojimui apibūdinti, nors dabar pagrįstai galima juos išplėsti ir taikyti kitų tipų kodams. Bernsteino darbas labai ginčytinas, nes jis sieja vartojamos kalbos tipą su socialiniu sluoksniu, kuriam priklauso vartotojas, ir kartu su švietimo sistema. Kalbotyrą jis supainiojo su politika.

Bernsteinas nustatė, kad darbininkų ir viduriniosios klasės vaikų kalboje yra esminių skirtumų, ir tuos skirtumus apibendrino teiginiu, kad darbininkų vaikai linkę vartoti ribotą, o viduriniosios klasės vaikai – išplėtotą kodą. Vėliau jis pabrėžė tai, ką ignoravo kai kurie jo kritikai, būtent, kad pats visuomenės sluoksnis (klasė) nėra lemiamas veiksnys. Iš tikrųjų vartojamą kodą lemia egzistuojantis socialinių santykių tipas. Glaudi, uždara, tradicinė bendruomenė linkusi naudoti ribotus kodus. Darbininkų klasė yra viena iš tokių bendruomenių, bet tokios pat yra ir viduriniosios klasės institucijos, kaip karininkų ar teisininkų luomas arba berniukų mokykla. Kiekviena šių bendruomenių vartoja savo riboto kodo tipą.

Mažiau pastovūs, kintami, judrūs, neasmeniški visuomeninių santykių tipai, būdingi šiuolaikinei viduriniajai klasei, kuria išplėtotus kalbinius kodus. Galų gale Bernsteinas nurodo, kad darbininkų klasės atstovai griežtai laikosi ribotų kodų, o viduriniosios – gali panorėję pereiti nuo riboto prie išplėtoto kodo.

Papildomos įžvalgos

Tačiau kokios yra šių dviejų tipų kodų ypatybės?

1. Riboti kodai yra *paprastesni*, ne tokie sudėtingi kaip išplėtoti. Jų žodynas mažesnis, sintaksė paprastesnė.

2. Riboti kodai dažniau vartojami kalboje (šnekamieji), todėl yra artimesni prezentaciniams, nurodomiesiems neverbalinės ko-

munikacijos kodams. Išplėtotas kodas gali būti rašytinis ar šnekamasis, todėl labiau tinka reprezentaciniams simboliniams pranešimams.

3. Riboti kodai dažniau yra pertekliniai. Jų pranešimai lengvai nuspėjami ir dažniau atlieka fatinę negu referentinę (nurodomąją) funkciją. Išplėtotas kodas yra entropiškesnis, sunkiau numatyti kalbėtojo žodines galimybes. Jį lengviau taikyti referentinei funkcijai.

4. Riboti kodai orientuoti į visuomeninius santykius, išplėtoti padeda išreikšti konkretų individo ketinimą. Tai reiškia, kad ribotas kodas nurodo kalbėtojo padėtį grupėje. Jis stiprina visuomeninius santykius ir išreiškia kalbėtojo bei grupės panašumus, apriboja individualių skirtumų signalus. Antra vertus, išplėtotas kodas labiau pritaikytas individui, kaip asmenybei, o ne jo vaidmeniui grupėje; jis atitinka psichologinius skirtumus tarp kalbėtojo ir grupės ir padeda išreikšti individualybę, tai, kuo jis skiriasi nuo klausytojų. Ribotas kodas padeda išreikšti bendrumą, narystę grupėje – tai, kas bendra kalbėtojui ir klausytojams.
Taigi ribotas kodas priklauso nuo bendrų prielaidų fono, vienodų interesų, panašios patirties, tapatybės ir lūkesčių. Jis priklauso nuo vietos kultūrinio identiteto, kuris sumažina kalbėtojo poreikį verbalizuoti savo individualią patirtį.
Išplėtotas kodas yra būtinas, kai kalbėtojas nori klausytojams tiksliai žodžiais perduoti asmeniškas, nepakartojamas prasmes. Komunikacija priklauso ne nuo bendrumo, o nuo bendrai naudojamo sutartinio kalbinio kodo, kuris leidžia detalizuoti norimą prasmę.

5. Riboti kodai remiasi sąveika su neverbaliniais kodais. Bernsteinas netgi teigia, kad individualūs skirtumai pasireiškia tik per neverbalinius kodus; kalba vartojama išreikšti bendrybėms. Išplėtoti kodai sumažina neverbalinės komunikacijos reikšmę. Štai kodėl rašytinė kalba beveik visada yra išplėtota.

6. Riboti kodai išreiškia konkretybę, ypatingumą, čia ir dabar; išplėtoti kodai – abstrakcijas, apibendrinimus, tai, ko nėra čia.

7. Riboti kodai priklauso nuo kultūrinės patirties, išplėtoti – nuo išsilavinimo ir mokymo, juos reikia išmokti.

Kad padėtų atpažinti ribotus kalbos kodus, Bernsteinas siūlo įsivaizduoti, jog paslapčia klausomės, ką kalba gatvėje stovinti grupė draugų. Mes pastebėsime štai ką:

1. Suvoksime, kad nepriklausome tai grupei ar bendruomenei.

2. Pastebėsime, kad kalba sąlygiškai neasmeniška, neindividuali: dažniau vartojami įvardžiai „jūs", „jie", mažiau „aš"; dažnai pasitaikys tokios frazės kaip „ar ne", „supranti", „žinai", tai yra frazės, reiškiančios kalbėtojo neišskirtinumą; mažiau bus individualios išraiškos.

3. Pastebėsime, kad kalba yra energinga, gyva. Svarbiau, *kaip* kažkas sakoma, o ne *kas* sakoma. Didžioji dalis tikrosios prasmės ir visa kalbėtojo individualybė perteikiama neverbaliniais kodais.

4. Pastebėsime, kad kalbos tėkmė trinka, skaldosi. Mintys organizuojamos asociacijų pagrindu, o ne logiška ar sintaksės seka.

5. Pastebėsime, kad turinys yra konkretus, naratyvinis, aprašomasis, o ne analitiškas ar abstraktus.

6. Pastebėsime, kad vartojamas ribotas žodynas ir paprasta sintaksė.

Bernsteinas pateikia žemesniosios darbininkų klasės kalbos pavyzdį, iliustruojantį šiuos teiginius:

> Visa tai priklauso na žinai tie jaunuoliai ir jei jie buriasi į gaujas ir kad jie dažnai jie dažnai išdykauja truputį ir sakykim kas nors negerai atsitinka ir kad jie galbūt ką nors apkulia aš manau jie tai daro kad pasijustų didesni na žinai kad pasirodytų pagarsėtų čia ar ten.

Kodai ir vertybės

Mūsų visuomenė, be abejonės, vertina išplėtotus kodus. Mokyklose mokant kalbos pagrindinis dėmesys kreipiamas ir giriama už

išplėtotą rašytinę kalbą. Mes vertiname sudėtingas meno formas, kurios visos vartoja išplėtotus kodus. Baletas yra išplėtota sudėtingos struktūros šokio forma, reikalaujanti atitinkamo lavinimo ir mokymo; disko šokiai yra riboti ir reikalauja daugiau socialinės ir bendruomeninės patirties negu tam tikro mokymo. Liaudies pasakojimai ar nešvankūs juokai yra riboti, intelektualus romanas – išplėtotas. Tokias priešpriešas galime tęsti be galo. Kultūros vertinamos meno formos beveik visos yra išplėtotos.

Netgi Bernsteino parinkti žodžiai – išplėtotas (angl. *elaborated*) ir ribotas (angl. *restricted*) – reiškia teigiamą ir neigiamą socialinį vertinimą. Bet jei norime kuo geriau panaudoti Bernsteino darbą, turime atmesti šiuos vertinimus. Išplėtoti kodai nėra *geresni* negu riboti, jie yra *skirtingi* ir atlieka skirtingas funkcijas. Visi mes esame individai, visi esame bendruomenės ar grupės nariai. Mums vienodai reikalingi riboti ir išplėtoti kodai. *Karūnacijos gatvė* – populiaraus meno pavyzdys – iš tikrųjų labiau sutelkia mūsų išblaškytą įvairialypę visuomenę, siūlydama bendrą patirtį, negu intelektuali, kultūrinę vertę turinti Samuelio Becketto pjesė. Terminai „ribotas" ir „išplėtotas" turi būti suvokiami kaip aprašomieji ir analitiniai; jei jiems suteiksime vertinamąjį aspektą, tai tik paslėpsime problemą.

Plataus ir siauro vartojimo kodai

Pagrindinės sąvokos

Išplėtotus ir ribotus kodus apibrėžia pati kodo prigimtis ir socialinių santykių, kuriems jis atstovauja, tipas. Antra vertus, plataus ir siauro vartojimo kodus apibrėžia auditorijos pobūdis. Plataus vartojimo kodas yra bendras masinės auditorijos nariams, jis skirtas įvairialypei auditorijai, o siauro vartojimo kodas – ypatingai auditorijai, kurią dažnai apibrėžia jos vartojami kodai. Galima sakyti, kad operos arija naudoja siauro vartojimo kodą, ir šis patraukia operos mylėtojus; o populiari dainelė yra sukurta patraukti mases, t.y. neapibrėžtą auditoriją, todėl ji naudoja plataus vartojimo kodą. Taip aiškėja panašumai tarp siauro vartojimo ir išplėtotų kodų iš vienos pusės ir plataus vartojimo bei ribotų kodų iš kitos.

Plataus vartojimo kodai: papildomos įžvalgos

Plataus vartojimo ir riboti kodai turi daug bendrų savybių. Jie yra paprasti, turi tiesioginį poveikį, nereikalauja „išsilavinimo", kad juos suprastume. Jie skiriami bendruomenei, remiasi tuo, ką žmonės turi bendra, ir siekia juos jungti į visuomenę. Dažnai jie anonimiški arba jų autoriai yra „institucijos". *Karūnacijos gatvės* autorius yra Granados televizijos kompanija. Tai, kad autoriai yra anonimiški ar instituciniai, neleidžia reikšti asmeniškų, individualių nuomonių. Plataus vartojimo kodai yra kultūros komunikavimo pačiai su savimi priemonės. Stuartas Hallas (1973a) pabrėžia panašų dalyką kalbėdamas apie televizijos auditoriją, esančią ir pranešimo šaltiniu, ir gavėju. Požiūris į auditoriją, kaip į pranešimo šaltinį, yra paradoksalus ir reikalauja papildomo aiškinimo.

Galima sakyti, kad auditorija kuria plataus vartojimo pranešimą trejopai. Visų pirma, kuriamas turinys. Kad laida pasiektų mases, kurių jai reikia, ji turi kalbėti apie bendrus rūpesčius. „Geras" masinis komunikatorius yra toks, kuris supranta visos visuomenės jausmus ir rūpesčius. Tačiau turinys – tai ne tik dalykas, apie kurį kalbama pranešime, tai taip pat ir jo traktavimo būdas. Plataus vartojimo pranešimuose pateikiami kultūrai būdingų jausmų, nuomonių, vertybių šablonai. Šie pranešimai vėl grįžta į juos sukūrusią kultūrą ir kultivuoja šiuos minčių ir jausmų šablonus. Laida, auditorija, kaip šaltinis, ir auditorija, kaip tikslas, nuolat dinamiškai tarpusavyje sąveikauja. *Daily Mirror* pirmojo puslapio analizė (1b iliustracija, p. 33) pademonstravo, kokią įtaką šie minčių ir jausmų šablonai padarė pranešimo redakcinei struktūrai – auditorija (per profesionalaus redaktoriaus suvokimą) buvo pranešimo šaltinis tikrąja to žodžio prasme.

Antras auditorijos, kaip šaltinio, aspektas yra tai, kaip auditorija lemia pranešimo formą. Paprasčiausiai tai gali pasireikšti „formulių gamyba", kai laidų kūrėjai gamina naujas senų struktūrų versijas. Auditorija tikisi tam tikrų dalykų, grindžiamų bendra su kūrėjais kultūrine patirtimi, pavyzdžiui, įsitikinimu, kad transliuojami plataus vartojimo pranešimai turi pradžią, vidurį ir pabaigą. Įvykis gali būti nepasibaigęs, bet naujienų pranešimas apie jį privalo baigtis išvada; visos tikroviškos istorijos gijos turi susipinti pačiu natūraliausiu būdu. Tokį patį procesą galime susekti ir ne tokiuose akivaizdžiuose lygmenyse.

Stuartas Hallas su Connelliu ir Curti (1976) parodė, kaip tai, kad gyvename parlamentinėje visuomenėje su spauda sarginio šuns vaidmenyje, nulėmė tam tikros informacinės žinių laidos formą. Ji buvo įprasta: pagrindinių partijų atstovai ir „nepriklausomos" žiniasklaidos laidų vedėjas svarstė politinę problemą. Atidžiai išanalizavę, kokiu būdu politikai dalijosi laidos laiką, kokia tvarka kalbėjo, kaip su jais bendravo ir elgėsi laidos vedėjas, tyrinėtojai įrodė, kad tikrąją prasmę programa įgijo ne dėl svarstomo dalyko, o dėl savo formos. Forma išreiškė tokią prasmę: mūsų parlamentinės demokratijos sistema *veikia*, o žiniasklaidos institucijos demonstruoja jos veikimą. Masinė auditorija tą jau puikiai „žino"; tai įrodo laidos „forma". Ši forma yra užkoduotas pranešimas: jį sudaro televizinio etiketo elementai, suderinti pagal sutartinę sintagminę praktiką. Tai plataus vartojimo, ribotas kodas, o auditorijos kultūrinė patirtis yra pranešimo šaltinis.

Trečia priežastis, dėl kurios auditorija gali būti traktuojama kaip šaltinis, yra šios analizės plėtotė. Transliacija yra institucijos veikla, o institucijos yra jas sukūrusios visuomenės produktas. Pavyzdžiui, Didžioji Britanija, Jungtinės Amerikos Valstijos ir Rusija yra skirtingos visuomenės ir todėl turi skirtingas transliavimo institucijas. Šiose institucijose dirba ir jas tvarko tos šalies visuomenei priimtini asmenys; kiekvienos institucijos prioritetus formuoja jos darbuotojai ir tos šalies visuomenė, visa tai dar labiau veikia kiekvienos institucijos kuriamų laidų pobūdį.

Stuartas Hallas įrodinėja, kad tarp auditorijos minčių ir jausmų struktūros, transliuojamo pranešimo kodavimo struktūros ir transliuojančios institucijos struktūros yra slaptas, bet svarbus giminingumas. Visi jie vienas nuo kito priklauso ir vienas kitą veikia.

Fiske ir Hartley (1978) sukūrė „bardų televizijos" koncepciją. Jie teigia, kad televizija šiuolaikinėje visuomenėje atlieka septynias funkcijas, kurias bardai atliko tradicinėje visuomenėje. Jos yra tokios:

1. Nubrėžia pagrindines nusistovėjusio kultūrinio konsensuso dėl tikrovės prigimties ribas.

2. Įtraukia individus į dominuojančias kultūros vertybių sistemas, kultivuodama šias sistemas ir rodydama, kaip jos veikia praktiškai.

3. Aukština, aiškina, interpretuoja ir pateisina individualių kultūros atstovų darbus.

4. Garantuoja kultūros plačiąja prasme praktišką tinkamumą pasauliui, patvirtindama ir įtvirtindama jos ideologiją ir (arba) mitologiją, aktyviai susiedama jas su praktišku ir potencialiai nenuspėjamu pasauliu.

5. Ir priešingai: išryškina bet kokį pačios kultūros savivokos neatitikimą praktikai, kurį galbūt sukėlė pasikeitusios išorinio pasaulio sąlygos arba pačios kultūros spaudimas persiorientuoti į naują ideologinę platformą.

6. Įtikina auditorijos narius, kad kultūra, kaip visuma, garantuoja jų individualią padėtį ir tapatybę.

7. Šiomis priemonėmis perduoda narystės kultūroje (saugumo ir priklausomybės) pojūtį.

Šias funkcijas atlieka visi televizijos pranešimai: auditorijos nariai derina reakcijas į pranešimus pagal tas aplinkybes, kuriose jie yra, ir taip nustato savo situaciją kultūroje. Pranešimas yra anonimiškas arba ateina iš institucijos; taip ir tradicinis bardas buvo tam tikras „vaidmuo" visuomenėje, priešingai nei šių dienų individualus menininkas. Todėl nė viena iš šių septynių funkcijų neapima atskiro individo ketinimų išraiškos. Jos tinkamai įgyvendinamos per plataus vartojimo kodus masinėje visuomenėje ir ribotus kodus subkultūroje ar vietos bendruomenėje. Plataus vartojimo ir ribotų kodų socialinės funkcijos panašumas paaiškina, kodėl jie turi tiek daug bendrų bruožų.

Siauro vartojimo kodai: papildomos įžvalgos

Tarp siauro vartojimo ir išplėtotų kodų egzistuoja toks pat panašumų kompleksas. Siauro vartojimo kodai skiriami apibrėžtai, ribotai auditorijai. Dažniausiai tai, kuri nusprendė išmokti tam tikrų kodų. Juos reikia skirti nuo ribotų kodų (kuriuos taip pat supranta tik maža auditorija), nes jie grindžiami ne bendruomenine patirtimi. Stockhauseno muzika ar specialistų pokalbiai per *Radio 3** gali būti siauro vartojimo kodų pavyzdžiai. Jie yra individualūs, orientuoti į

* Specializuota laida.

asmenis, o ne bendruomeniniai, orientuoti į socialinę padėtį. Jie numato skirtumus tarp komunikatoriaus ir auditorijos, nors tai reikštų tik tai, kad komunikatorius žino daugiau arba kad jo nuomonė ir jausmai yra kitokie. Auditorija tikisi, kad komunikacijos metu ji pasikeis arba praturtės, o plataus vartojimo ir ribotų kodų auditorija laukia tik nuraminimo ar nuomonės patvirtinimo.

Siauro vartojimo kodai gali būti elitiniai ar bent jau skaldantys visuomenę. Mene jie yra intelektualūs ir kultūriškai vertingi; moksle jie sukuria įspūdingą specialistų žargoną, žinovų vartojamą kaip mokytumo rodiklį. Medicinos ir teisės profesijų išskirtinumas iš dalies remiasi naudojamu siauro vartojimo kodu. Sociologas, vartojantis įspūdingą specialų terminą apibūdinti pažįstamai socialinei patirčiai, nori pabrėžti, kad skiriasi nuo neprofesionalo, priklauso sociologų elitui. Nuo to neapsaugoti ir komunikacijos specialistai. Siauro vartojimo kodai mūsų masinėje visuomenėje įgijo skirtumų tarp „mes" (kodo vartotojai) ir „jie" (neprofesionalai, mažamoksliai) žymėjimo funkciją. Plataus vartojimo kodai pabrėžia „mūsų" (daugumos) panašumus.

Kodai ir bendrybė

Visi kodai grindžiami bendrybe, tai yra susitarimu tarp vartotojų dėl pagrindų: juos sudarančių elementų, taisyklių, pagal kurias šie elementai atrenkami ir derinami, gavėjui suvokiamų prasmių, jų atliekamų socialinių ir komunikacijos funkcijų. Tačiau gali labai skirtis šių susitarimų siekimo būdai ir įgaunamos formos. Mes aptarsime tris svarbiausius susitarimo siekimo būdus: 1) per papročius ir vartoseną, 2) išreikšta sutartimi, 3) išreikšta užuominomis tekste.

Konvencija ir vartosena

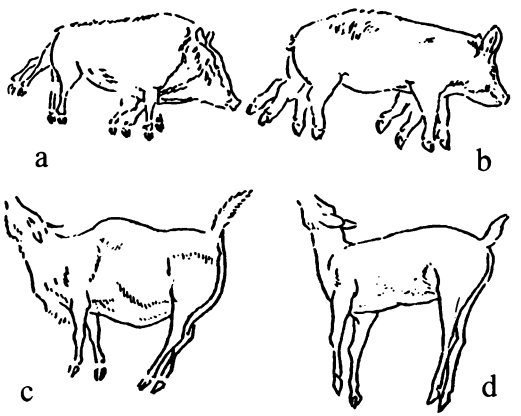
Pirmas ir svarbiausias susitarimo siekimo būdas yra konvencija ir vartosena (angl. *convention and use*). Mes taip vadiname nerašytus, neišsakytus lūkesčius, kylančius iš bendros kultūros narių patirties.

Papročiai leidžia tikėtis, kad žmonės rengsis ar elgsis tam tikru būdu, kad televizijos programa ar pokalbis vyks pagal plačiai priimtas taisykles, namai ir sodai derės prie vietos ar tautos nusistovėjusios tvarkos. Papročiai remiasi pertekliumi: jie garantuoja lengvą iškodavimą, išreiškia priklausomybę kultūrai, grindžiami patirties panašumu, ramina. Jie gali nulemti prisitaikymą, originalumo stoką, pasipriešinimą permainoms. Susitarimai, sudaromi remiantis papročiais, dažniausiai, bet ne visada, nėra suformuluoti. Tai reiškia, kad nėra formalių raiškos ir turinio paradigmų sugretinimo. Pasirinkime pavyzdžiu aprangos kodą.

Kiekvienas drabužių tipas sudaro paradigmą – kaklaraiščiai, marškiniai, švarkai, kelnės, kojinės. Rytinis apsirengimas – tai pranešimo kodavimas. Iš kiekvienos paradigmos mes renkamės elementą ir deriname jį su kitais, kad padarytume pareiškimą. Pareiškimui vartojame prezentacinį nuorodų kodą ir perduodame pranešimą apie: 1) save, kaip drabužių dėvėtoją, 2) savo suvokiamą santykį su žmonėmis, kuriuos tikimės sutikti, ir 3) savo padėtį bei vaidmenį visuomeninėse situacijose, kuriose atsidursime per dieną. Palyginti nedidelė drabužių dalis turi apibrėžtas reikšmes, tai yra jų vartotojai retai yra dėl jų susitarę. Kai taip atsitinka, tokie kodai priklauso kitame skyriuje aptariamiems sutartiniams kodams. Jų pavyzdžiu gali būti klubo narių kaklaraiščiai, uniformos ar ženkleliai. Jie visi žymi pirmosios prasmių eilės raiškas, yra simboliniai. Tačiau dažniausiai aprangos kodas veikia kaip nuoroda. Savo apranga asmuo parodo savo socialinę padėtį. Kaklaraiščio pasirinkimas gali papildomai išreikšti nuotaiką: „Šiandien man norisi pasirišti mėlyną taškuotą kaklaraištį". Ekscentriška menininko apranga yra būdas papildomai perteikti bendrą pagarbos visuomenės normoms trūkumą. Dėl drabužių, kaip nuorodų, prigimties žmonės dažnai juos jaučia savo dalimi. Jaunuolis, kuris eina į pokalbį dėl darbo mūvėdamas džinsais, gali šitaip aiškinti savo elgesį: „Jie turi priimti mane tokį, koks esu. Aš *visada* dėviu džinsus". Nuoroda tapo tuo, ką ji žymi. Darbdavys tokį rūbą gali „perskaityti" kaip pasipriešinimą firmos papročiams ir dėl to nepriimti jaunuolio į darbą. Džinsai gali perteikti nepagarbą ir maištingumą.

Šie nesusipratimai priklauso nuo skirtingos darbdavio ir jaunuolio subkultūrinės patirties džinsų atžvilgiu. Toks „perskaitymo" skir-

tumas, kylantis iš skirtingos patirties, yra tai, ką Eco (1965) vadina *klaidingu iškodavimu*. Kai menininkas kuria pranešimą apibrėžtai auditorijai, vartodamas bendrus kodus, tai yra, siauro vartojimo pranešimą, jis gali numatyti, kad prasmių, kurias jam suteiks auditorija, spektras bus labai ribotas. Auditorijos iškodavimo rezultatas bus beveik artimas užkoduotajam. Bet jei pranešimą skaito kitos kultūros atstovas, vartojantis skirtingą kodą, klaidingas iškodavimas sukurs kitokią prasmę. Problemas dažniausiai kelia ikoniniai kodai – verbalinės kalbos paprastai skiriasi taip, kad joks iškodavimas *nėra* įmanomas. Priešistoriniai gyvūnų piešiniai olose paprastai buvo aiškinami kaip grakščių, lengvų judesių, nepaisančių traukos dėsnio, vaizdavimas, tačiau Margaret Abercrombie (1960) įrodė, kad piešiniai iš tikrųjų vaizduoja negyvus gyvūnus, gulinčius ant šono. Mūsų meilė gyviems gyvūnams ir antipatija negyviems kūnams leido mums klaidingai iškoduoti (žr. 5 iliustraciją). Vienos kultūros kodais



5 iliustracija. *Klaidingas iškodavimas. Olų piešiniai ir negyvi gyvūnai*

Abato Breuilio piešinių iš Altamiros olos kopijos (a, c) ir negyvų gyvulių nuotraukos (b, d).
Ar (a) ir (c), ar (b) ir (d) yra artimesni pirmykštės kultūros kodui?

a) *Risnojantis šernas.*
b) Paskersta kiaulė. Dviejų viena ant kitos sudėtų nuotraukų (su kojomis skirtingose pozicijose) kopija.
c) *Bliaunantis bizonas.*
d) Negyva stirna (samburo patelė). Iš Abercrombie (1960)

užkoduotas pranešimas buvo iškoduotas vartojant kitos kultūros kodus. Neseniai mačiau Rusijos televizijos naujienų įrašą, kuriame buvo panaudotas Britanijos žinių tarnybos filmuotas siužetas apie policijos ir piketuotojų susidūrimą prie gamyklos vartų. Akivaizdu, kad reportažas buvo iškoduotas klaidingai.

Kadangi masinės komunikacijos priemonės aptarnauja daug subkultūrų, kurių kodai gali labai skirtis nuo laidų kūrėjų kodų, tai klaidingas iškodavimas tapo taisykle, o ne išimtimi (Eco, 1965). Kalbėdami apie masinės visuomenės kultūrą kalbame apie kur kas įvairiau ir laisviau apibrėžtą kodų, nuomonių ir veiklos visumą, negu kalbėdami apie, sakykim, gentinės visuomenės kultūrą. Klaidingai iškoduojama tada, kai pranešimo užkodavimui ir iškodavimui naudojami skirtingi kodai.

Dažnai (vienu iš pavyzdžių gali būti pokalbis mūvint džinsus) naudinga išplėsti klaidingumo sąvoką ir įtraukti į ją taip pat ir klaidingą užkodavimą. Tai toks užkodavimas, kai nesuprantama, jog skirtingos kultūrinės ar subkultūrinės patirties žmonės skirtingai perskaitys pranešimą, ir kad už tai jų negalima kaltinti. Pranešimo skaitymas pats savaime nenumato koduotojo ketinimų paieškos. Tiesą sakant, daug bevaisių ginčų kyla dėl autoriaus ketinimų, ypač literatūros kritikoje.

Sutartiniai (arba loginiai) kodai

Pagrindinė sąvoka

Juos paprasta apibrėžti ir lengva suprasti. Tai kodai, dėl kurių vartotojai aiškiai ir nedviprasmiškai susitarė. Tai – kodai su nustatytais ir sutartais signifikantų ir signifikatų santykiais. Jie yra simboliniai, pažymintys, neasmeniniai ir statiški. Matematikai vartoja tobulą sutartinį ir logišką kodą. Kiekvienas mokantis kodą negali nesutikti su „$4 \times 7 = 28$“ prasme. Klaidingas iškodavimas neįmanomas, kultūriniai skirtumai nedaro įtakos, prasmė tarp skaitytojo ir teksto nederinama, ji apibrėžiama pačiu pranešimu. Viskas, ko reikia, – tai išmokti kodą. Mokslas – objektyvus, neasmeninis, visuotinis gamtos reiškinių tyrimas – siekia perduoti tyrimų rezultatus sutartiniais, logiškais kodais.

Šviesoforo šviesos, kelių eismo taisyklės, karinės uniformos, futbolo marškinėliai, chemijos simboliai yra tokių kodų pavyzdžiai.

Papildomos įžvalgos

Pagrindiniai skirtumai tarp sutartinių ir įprastai apibrėžiamų kodų kyla iš skirtingos jų paradigmų prigimties. Sutartinių kodų signifikantų paradigmos yra apibrėžtos ir ribotos, jos tiksliai atitinka signifikatų paradigmas. Jie pabrėžia pažymimąją reikšmę. Įprastinių kodų paradigmos yra atviros, jas galima papildyti naujais elementais, esantys elementai gali tapti nebevartojami. Jie dažnai neturi sutartos signifikatų paradigmos. Todėl jie yra dinamiškesni ir gali kisti. Sutartiniai kodai yra statiški ir gali keistis tik pagal išreikštą vartotojų susitarimą.

Be to, sutartiniai kodai yra uždari, jie siekia užfiksuoti reikšmę tekste, neskatina skaitytojų aktyviai dalyvauti reikšmių derinimo procese. Reikalaujama tik žinoti kodą. Antra vertus, įprastiniai kodai yra atviri ir skatina skaitytoją aktyviai derinti reikšmes. Kraštutiniai įprastinių kodų tipai gali būti vadinami *estetiniais* ir kartais juos galima iškoduoti tik remiantis teksto užuominomis.

Estetiniai kodai

Pagrindinės sąvokos

Estetinius kodus sunkiau apibrėžti tik dėl to, kad jie įvairesni, nelabai apibrėžti ir labai greitai kinta. Juos iš esmės veikia kultūrinis kontekstas, jie leidžia arba skatina platų prasmių derinimą, klaidingi iškodavimai tampa norma. Jie yra ekspresyvūs, apima vidinį, subjektyvų pasaulį. Jie gali tapti malonumo šaltiniu ir prasme patys sau: pagrindinė sąvoka yra stilius. Sutartiniai logiški kodai yra referentiniai, estetiniai kodai gali atlikti visas Jakobsono nurodytas funkcijas.

Papildomos įžvalgos

Įprastiniai estetiniai kodai yra susitarimo tarp jų vartotojų bendros kultūrinės patirties pagrindu rezultatas. Masinis menas ir liaudies

menas vartoja įprastinius estetinius kodus. Taip pat jie vartojami rūbų, architektūros, automobilių ir baldų dizainui. Tai yra masinės visuomenės, taip pat ir tradicinės gentinės visuomenės kodai. Kuo jie įprastesni, kuo daugiau juose pertekliaus, tuo dažniau juos vadina vulgariais, nemokšiškais ar šabloniškais.

Tačiau estetiniai kodai gali tiek laužyti konvencijas, kiek ir sekti jomis; moderniajame mene glūdi užuominos ir priemonės, leidžiančios jį iškoduoti. Menininkas, kuris laužo savo laiko konvencijas, tikisi, kad visuomenė išmoks naujus jo darbo kodus ir ilgainiui pradės jį vertinti. Intelektualus avangardinis menas dažnai vartoja unikalius estetinius kodus; auditorija turi pačiame kūrinyje ieškoti jo iškodavimo ženklo (užuominos), viskas, kas yra bendra tarp menininko ir auditorijos, – tai tik pats kūrinys. Unikalus meno kūrinys masinės produkcijos ir masinio vartojimo visuomenėje įgyja papildomos vertės tik dėl savo unikalumo. Jis negali priklausyti masei ar būti masiškai vartojamas, todėl yra ypač aukštai vertinamas už galimybę perduoti individualius skirtumus ir elitines vertybes. Tai išreiškiama ir didele pinigine verte (žr. Benjamin, 1970).

Sunorminimas

Naujas, neįprastas kodas, veikiamas bendro kultūros proceso, tampa priimtinu daugumai ir todėl įprastiniu. Tai vadinama sunorminimu. Šis procesas gali veikti intelektualųjį meną, pavyzdžiui, impresionizmas ilgainiui tapo vis labiau priimtinas, kol virto įprastu gamtos tapymo būdu. Tai gali paveikti ir siauro vartojimo kodą, sukurtą ypatingos subkultūros, kaip džiazas, kuris taip pat išplėtė kultūrinio priimtinumo rėmus. Dažnai grynojo ar originalaus kodo entuziastai skundžiasi, kad plačiai vartojamas variantas degraduoja.

Iš tiesų, perkuriant kodą į plačiai vartojamą, jis keičiamas; tiksli, subtili komunikacija, įmanoma menininkui ir auditorijai bendraujant siauro vartojimo kodu, yra negalima ir netinkama plataus vartojimo kodui. Auditorijos įvairovė reikalauja, jog kodas remtųsi bendromis, o ne ypatingomis ir unikaliomis reikšmėmis, ir leistų klaidingai iškoduoti pranešimus, kad tiktų įvairioms masinės auditorijos konvencijoms ir kultūrinei patirčiai. Galima sakyti, kad tai blogi pakitimai,

sunorminimas blogina kokybę, nes pranešimas turi atitikti „bendrą mažiausią vardiklį". Toks nuosprendis galbūt pagrįstas, tačiau reikia žinoti, kad jis remiasi tam tikra vertybių sistema, kuri vertina išplėtotus siauro vartojimo kodus ir individualių skirtumų raišką. Vertybių sistema, kuri labai vertina kultūrinių ryšių stiprinimą ir ribotus plataus vartojimo kodus, nuspręs, kad „bendro mažiausio vardiklio" metafora yra įžeidžianti, pasipūtėliška ir netiksli.

Kodai ir konvencijos

Kodai ir konvencijos sudaro bendrą kiekvienos kultūrinės patirties branduolį. Jie leidžia mums suprasti mūsų socialinę egzistenciją ir nustatyti savo vietą kultūroje. Tik per bendrus kodus mes jaučiame ir išreiškiame priklausomybę kultūrai. Vartodami kodus kaip auditorija ar šaltinis, mes įsitvirtiname savo kultūroje, palaikome jos gyvybingumą ir egzistavimą. Kultūra yra aktyvus, dinamiškas, gyvas organizmas tik dėl to, kad jos nariai aktyviai vartoja jos komunikacijos kodus.

5
Signifikacija

Saussure'o teorijos apie ženklo paradigminius ir sintagminius ryšius tik šiek tiek padeda mums suprasti, kaip ženklai veikia. Pirmiausia Saussure'ą domino lingvistinė sistema, po to – kaip ši sistema siejasi su realybe, į kurią ji nurodo. Ir vargu ar jam kiek nors rūpėjo, kaip ta sistema siejasi su skaitytoju ar jo sociokultūrine padėtimi. Jį domino sudėtingi sakinio sudarymo būdai ir tai, kaip jo forma nulemia jo reikšmę. Jam daug mažiau rūpėjo tai, kad tas pats sakinys skirtingiems žmonėms skirtingose situacijose gali perteikti visai skirtingą reikšmę. Kitaip sakant, jis visai neatsižvelgė į tai, kad reikšmė yra derybų tarp rašytojo ar skaitytojo ir teksto procesas. Jis akcentavo tekstą, o ne tai, kaip ženklai tekste sąveikauja su kultūrine ir asmenine to teksto vartotojo patirtimi (čia visai *nesvarbu* atskirti rašytoją nuo skaitytojo), kaip ir ne tai, kokiais būdais teksto konvencijos sąveikauja su vartotojui žinomomis konvencijomis ar tomis, kurių jis tikisi. Ir tik Saussure'o sekėjas Roland'as Barthes'as sukūrė sisteminį modelį, suteikiantį galimybę analizuoti šią reikšmės, kaip derybų, ar sąveikos, idėją. Barthes'o teorijos esmė yra mintis apie dviejų *lygmenų signifikacijos procesą*.

Denotacija

Pirmasis signifikacijos lygmuo yra tas pats, kurį nagrinėjo Saussure'as. Jis paaiškina ryšį tarp ženklo signifikanto ir signifikato bei ženklo ir išorinės realybės žymimojo. Šį lygmenį Barthes'as vadina *denotacija*. Ji nurodo įprastinę, akivaizdžią ženklo reikšmę. Įvykio

gatvėje nuotrauka denotuoja šią konkrečią gatvę, žodis „gatvė" denotuoja miesto kelią su abipus išsidėsčiusiais pastatais. Bet galima tą pačią gatvę fotografuoti visai kitaip. Galima panaudoti spalvotą juostą, sušvelninti ryškumą ir padaryti taip, kad ta gatvė atrodytų kaip laiminga, šilta bendruomenė joje žaidžiantiems vaikams. Arba galima paimti nespalvotą juostą, paryškinti kontrastą ir tą pačią gatvę paversti šalta, priešiška žmogui, nesvetinga ir destruktyvia aplinka ten žaidžiantiems vaikams. Šios dvi nuotraukos gali būti padarytos tuo pat metu, o aparatų objektyvai gali būti tik per centimetrą vienas nuo kito. Jų denotacinės reikšmės bus tos pačios. Visas skirtumas bus jų konotacija.

Konotacija

Pagrindinė sąvoka

Konotacijos terminą Barthes'as vartoja paaiškinti vienam iš trijų būdų, kuriais ženklai veikia antrajame signifikacijos lygmenyje. Ji apibūdina sąveiką, atsirandančią tada, kai ženklas susiduria su vartotojų jausmais ar emocijomis ir jų kultūrinėmis vertybėmis, t.y. tuo metu, kai reikšmė linksta į subjektyvumą ar bent intersubjektyvumą – kai interpretantas yra tiek pat paveiktas interpretuotojo, kiek ir objekto ar ženklo.

Barthes'ui esminis konotacijos veiksnys yra pirmojo lygmens signifikantas. Pirmojo lygmens signifikantas yra konotacijos ženklas. Aptartose įsivaizduojamose nuotraukose yra pavaizduota ta pati gatvė, skiriasi forma, nuotraukos vaizdas, t.y. signifikantas. Barthes'as teigia, kad, bent jau nuotraukose, skirtumas tarp denotacijos ir konotacijos yra aiškus. Denotacija yra objekto, į kurį nukreipta kamera, mechaninė reprodukcija. Konotacija – žmogaus indėlis į šį procesą, tai yra pasirinkimas to, ką įtraukti į kadrą, koks bus fokusas, diafragma, fotografavimo kampas, juostos rūšis ir pan. Denotacija – *kas* yra nufotografuota, konotacija – *kaip* yra nufotografuota.

Papildomos įžvalgos

Galima šią mintį plėtoti toliau. Mūsų balso tonas, kaip mes kalbame, konotuoja to, *ką* mes sakome, emocijas ar vertybes. Muzikoje

nuoroda italų kalba *allegro ma non troppo* yra kompozitoriaus nurodymas, *kaip* groti natas, kokias konotacines ar emocines vertes perteikti. Žodžių parinkimas dažnai yra konotacinis pasirinkimas, pavyzdžiui, „disputas" ar „streikas", „patepti verslo mechanizmą" ar „duoti kyšį". Šie pavyzdžiai rodo emocines ar subjektyvias konotacijas, nors turėtume suvokti, kad ir kiti mūsų kultūrai priklausantys žmonės bent jau daugumai jų pritaria, jos yra intersubjektyvios.

Kitos konotacijos gali būti labiau socialinės, mažiau asmeninės. Dažnai pateikiamas pavyzdys – aukšto rango pareigūno uniformos ženklai. Hierarchinėje visuomenėje, kur pabrėžiami skirtumai tarp klasių ar rangų, taigi ir vertinama aukšta visuomeninė padėtis, šie ženklai sukurti tam, kad nurodytų aukštas vertybes. Dažniausiai jie yra auksiniai, vaizduoja karūną ar laurų vainiką, ir kuo jų daugiau, tuo aukštesnį rangą jie denotuoja. Ten, kur nelabai vertinami klasiniai skirtumai ar hierarchija, pareigūnų uniforma mažai skiriasi ženklais, konotuojančiais aukštas rango vertybes. Fidelio Castro ar vado Mao uniformos vargu ar iš viso skyrėsi nuo žmonių, kuriems jie vadovavo, aprangos. Tačiau jos denotavo aukštą rangą taip pat aiškiai, kaip ir devyniolikto amžiaus Prūsijos karininko rango ženklai, po kuriais jis vos galėdavo pajudėti.

Žymia dalimi konotacija yra sutartinė, būdinga kuriai nors kultūrai, nors dažnai turi ir ikoninį matmenį. Būdas, kuriuo nesufokusuota, „minkšta" vaiko nuotrauka konotuoja nostalgiją, yra iš dalies ikoninis. Neryškus vaizdas – tai motyvuotas atminties nepreciziškumo ženklas. Taip pat tai ir motyvuotas sentimentų ženklas: „minkštas" vaizdas = „minkšta" širdis. Bet reikia sutartinio elemento, kad būtent taip tai būtų iškoduota; reikia žinoti, kad neryškus vaizdas – tai reikšminis fotografo pasirinkimas, o ne aparato trūkumas. Jei visos nuotraukos būtų neryškios, tai negalėtų konotuoti nostalgijos.

Kadangi konotacija veikia subjektyviame lygmenyje, mes ne visada sąmoningai ją suvokiame. Ryškus, aiškiai sufokusuotas, nespalvotas priešiškas gatvės vaizdas taip pat dažnai gali būti palaikytas denotatyvine reikšme – ta gatvė tokia ir *yra*. Dažnai lengva konotacines vertes perskaityti kaip denotacinius faktus. Vienas iš svarbiausių semiotinės analizės tikslų – pateikti analitinį metodą ir mąstymo nuostatas, apsaugančias nuo tokio pabūdžio suklydimų.

Mitas

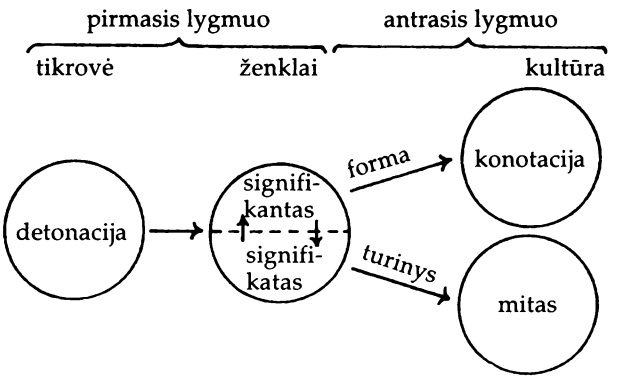
Pagrindinė sąvoka

Antrasis iš trijų Barthes'o pateiktų ženklo veikimo antrajame lygmenyje būdų yra per *mitą*. Man labiau patiktų, jei Barthes'as (1973) nebūtų vartojęs šio termino, nes paprastai jis nurodo apgaulingas idėjas: „Tai yra mitas, kad..." arba „Tai mitas, kad Britanija vis dar yra pagrindinė pasaulio jėga". Įprasta šį žodį vartoti skeptiška, netikėjimo reikšme. Barthes'as jį vartoja kaip tikintis, jo pradine prasme. Mitas – tai pasakojimas, kuriuo kultūra paaiškina ar suvokia kokį nors realybės ar gamtos aspektą. Primityvūs mitai pasakoja apie gyvenimą ir mirtį, žmones ir dievus, gėrį ir blogį. Mūsų rafinuoti mitai – apie vyriškumą ir moteriškumą, šeimą, pasisekimą, apie britų policininką, apie mokslą. Barthes'ui mitas – tai būdas, kuriuo kultūra ką nors apmąsto, konceptualizuoja ar supranta. Barthes'as mitą laiko tarpusavyje susijusių sąvokų grandine. Taigi tradicinis britų policininko mitas apima draugiškumo, patikimumo, solidumo, neagresyvumo, beginkliškumo (neturi šaunamojo ginklo) įdėjas. Jau tapo šablonu nuotraukos, kur apkūnus, linksmas bobis* glosto mažos mergaitės galvą. Antrojo lygmens reikšmė remiasi tuo, kad šis policininko mitas kultūroje yra įprastas, jis egzistuoja iki nuotraukos, o nuotrauka aktyvina sąvokų, kurios sudaro mitą, grandinę. Konotacija yra signifikanto antrojo lygmens reikšmė, o mitas yra signifikato antrojo lygmens reikšmė.

Papildomos įžvalgos

Grįžkime prie gatvės vaizdo, kurį pasitelkėme konotacijai iliustruoti. Jei tuzinas fotografų nufotografuotų tą gatvėje žaidžiančių vaikų sceną, ko gero, dauguma pateiktų nespalvotą, ryškų, priešišką nuotraukos tipą. Taip yra todėl, kad tokios konotacijos geriau tinka bendrai priimtiems mitams apie vaikų žaidimą gatvėje. Mūsų dominuojantys mitai sako, kad vaikystė yra, ar idealiai turėtų būti, natūralumo ir laisvės laikotarpis. Miestai paprastai yra laikomi nenatūraliais, dirbtiniais dariniais, sukuriančiais vaikus ribojančią aplinką.

* Taip Britanijoje pravardžiuojami policininkai.



19 pav. *Du Barthes'o signifikavimo lygmenys. Antrajame lygmenyje pirmo lygmens ženklų sistema įterpiama į kultūros verčių sistemą.*

Plačiai paplitusi nuomonė, kad kaimas yra tinkama vieta vaikystei. Mes galime palyginti šiuos mitus su priklausančiais kitiems periodams. Pavyzdžiui, Elžbietos laikų žmonės vaikus laikė „nebaigtais" suaugusiais, Augustino laikų – laikė kaimo vietoves necivilizuotomis, nes žmogiškos vertybės aptinkamos civilizuotuose miestuose, o į kaimą reikėjo žvelgti kaip į pastoralę, kad miestietis galėtų jį suvokti.

Barthes'as teigia, kad pagrindinis mitų veikimo būdas – istorijos natūralizavimas. Tai išryškina faktą, kad mitas iš tiesų yra socialinės klasės, pasiekusios dominuojančią padėtį dėl konkrečios istorijos, produktas. Reikšmės, veikiančios tame mite, turėtų savyje išlaikyti tą istoriją, bet jų, kaip mitų, veikimas verčia stengtis tai paneigti ir pateikti tas reikšmes kaip natūralias, o ne istorines ar socialines. Mitai mistifikuoja arba užtemdo savo prigimtį, taigi ir jų politinį ar socialinį matmenį. Mitologas atskleidžia slepiamą istoriją, t.y. sociopolitinį mitų veikimą, juos „numitindamas".

Yra mitas, kad moterys „natūraliai" labiau linkusios auginti vaikus, yra rūpestingesnės nei vyrai, taigi jų natūrali vieta yra namuose – auginti vaikus ir rūpintis vyru, tuo metu kai jis, žinoma, taip pat „natūraliai", atlieka šeimos maitintojo vaidmenį. Tie vaidmenys struktūrina „natūraliausią" socialinį vienetą – šeimą. Pateikdami šias reikšmes kaip gamtos sąlygotas, mitai maskuoja jų istorinę prigimtį. Tai

juos universalizuoja, pristato ne tik kaip nepakeičiamus, bet ir kaip teisingus – tarnaujančius lygiai tiek vyrų, tiek ir moterų interesams, taigi maskuoja jų politinį pobūdį.

Istorija, kaip šie mitai virsta natūraliais dalykais, gali būti papasakota labai įvairiai. Šios vyriškumo ir moteriškumo reikšmės sukurtos kapitalizmo kultūros, kad tarnautų viduriniosios klasės vyrų interesams, jos atsirado, kad suteiktų tam tikrą prasmę socialinėms sąlygoms, sukeltoms devyniolikto amžiaus industrializacijos. Tuo metu reikėjo, kad darbininkai paliktų savo kaimo bendruomenes, atvyktų į naujus miestus ir apsigyventų namuose ir gatvėse, suprojektuotose taip, kad kuo pigiau sutalpintų kuo daugiau žmonių. Buvo atsisakyta kelių kartų šeimos ir bendruomeninių tradicinio kaimo santykių ir sukurta šeima, susidedanti tik iš vyro, žmonos ir vaikų. Dėl darbo sąlygų fabrike vaikai negalėjo būti kartu su tėvais, kaip tai būdavo dirbant žemės ūkio darbus. Tai, kartu atsisakius ir išplėstinės šeimos, reiškė, kad moterims teko likti namie, kol vyrai „tikru" darbu uždirbo pinigus. Sąvokų grandinė, kuri sudaro tarpusavyje susijusius vyriškumo, moteriškumo ir šeimos mitus, plėtėsi, bet ne atsitiktiniu būdu ar natūraliai. Tai visada tarnavo ekonominės sistemos ir klasės, kuriai ji yra palanki – vidurinės klasės vyrų interesams. Sistema reikalavo, kad vienaląstė šeima būtų pagrindinis „natūralus" socialinis vienetas, ji reikalavo, kad moteriškumas įgytų „natūralias" vaikų auginimo, prisirišimo prie šeimos, jautrumo, globos poreikio reikšmes, o vyriškumui buvo suteiktos jėgos, tvirtumo, nepriklausomybės, sugebėjimo veikti visuomenėje reikšmės. Taigi atrodo natūralu, bet iš tiesų yra istoriškai susiklostę, kad vyrai užima neproporcingai didelę visuomeniškai svarbių pozicijų dalį.

Žinoma, efektyviausiai natūralizuoti reikšmes mitai gali susiedami jas su kokiais nors pačios gamtos aspektais. Taigi faktas, kad moterys gimdo, yra panaudotas natūralizuoti vaikų auklėjimo ir prisirišimo prie šeimos reikšmėms. Panašiai didesni ir raumeningesni vyrų kūnai panaudojami natūralizuoti jų politinei ir socialinei galiai (kas neturi nieko bendra su fizine jėga).

Besikeičiantis moterų vaidmuo visuomenėje bei šeimos pokyčiai tampa iššūkiu dominuojančiai šių mitų pozicijai, taigi rekla-

mos kūrėjai ir žiniasklaidos prodiuseriai turi surasti būdų paskleisti naujiems lyčių mitams, kuriuose atsirastų vietos karjeros siekiančioms moterims, vienišiems tėvams, „naujiems" jautriems vyrams. Šie naujieji mitai, žinoma, visiškai neatmeta senųjų, tačiau praleidžia kai kurias sąvokas iš jų grandinės, prijungdami naujas. Mitai kinta evoliuciškai, o ne revoliuciškai.

Kultūroje nėra universalių mitų. Egzistuoja dominuojantys mitai, bet taip pat yra ir kontramitų. Mūsų visuomenėje yra kontrakultūros, kur britų bobio mitas prieštarauja dominuojančiam, mūsų jau aptartam. Taip pat yra miesto gatvės, kaip tarpusavio paramos bendruomenės, tam tikros išplėstinės šeimos, suteikiančios gerą socialinę aplinką vaikams, mitas. Šios rūšies mitas atitiktų mūsų alternatyvios gatvės nuotraukos konotacijas.

Mokslas – tai geras pavyzdys, kur kontramitai tampa iššūkiu dominuojantiems. Mūsų kultūra remiasi mokslu. Dominuojantis mokslo mitas pateikia jį kaip žmonijos sugebėjimus pritaikyti gamtą mūsų poreikiams, padidinti mūsų saugumą ir gyvenimo lygį, išgarsinti mūsų laimėjimus. Mokslas laikomas objektyviu, teisingu ir geru. Bet kontramitas taip pat labai stiprus. Jis laiko mokslą blogiu dėl akivaizdaus atitrūkimo nuo gamtos ir jos nesupratimo. Kaip mokslininkai, siekdami savo materialių tikslų, esame ypač savanaudiški ir trumparegiai. Įdomu pažymėti, kad populiariojoje kultūroje sėkmingai atstovaujami abu mokslo mitai. Informacinės televizijos laidos, naujienos, einamieji įvykiai, dokumentiniai filmai labiau linkę rodyti dominuojantį, o ne kontramitą, o meninės laidos ir filmai – priešingai. Čia daugiau blogųjų nei gerųjų mokslininkų, ir mokslas sukelia daugiau problemų nei jų išsprendžia.

Pavyzdžiui, Gerbneris (1973b) atskleidė, kad mokslininkai, parodyti amerikietiškose meninėse laidose, iš visų profesijų atstovų buvo vertinami kaip didžiausi „melagiai", „žiaurūs" ir „nedori". Jis taip pat cituoja 1963 metų Gusfieldo ir Schwartzo knygą, kurioje nustatytas meninis mokslininko įvaizdis – vėl „šaltas", „nusikaltėlis", „antisocialus", „nereligingas" ir „užsienietis". Gerbneris taip pat aptiko, kad beveik pusėje iš dvidešimt penkių filmų parodyti moksliniai tyrimai baigiasi žmogžudyste. Vienas pavyzdys buvo apie psichologą, kuris hipnotizavo gorilas, kad jos žudytų jį atstūmusias merginas.

Tipiškas tokių filmų turinys – maniakas mokslininkas, kurio išradimas tampa nebekontroliuojamas ir pražudo jį patį, akivaizdžiam likusios visuomenės ir auditorijos palengvėjimui.

Kitas Barthes'o pabrėžiamas mitų aspektas – jų dinamizmas. Kaip jau minėjau, mitai kinta ir kai kurie labai sparčiai, kad atitiktų pasikeitusius kultūros, kurios dalimi jie yra, poreikius ar vertybes. Pavyzdžiui, mano pateiktas britų bobio mitas dabar jau tampa nemadingas ir neaktualus. Jo paskutinis meninis pristatymas televizijoje buvo filmas *Diksonas iš Žaliojo doko**.

Konotacija ir mitai – tai pagrindiniai ženklų veikimo būdai antrajame signifikacijos lygmenyje, t.y. tame, kur sąveika tarp ženklo ir vartotojo ar kultūros yra aktyviausia.

Simboliai

Barthes'as (1977) nurodo ir trečią signifikavimo lygmenį; vadina jį *simboliniu*. Objektas tampa simboliu, kai dėl konvencijos ir vartojimo įgyja reikšmę, įgalinančią jį kam nors atstovauti. *Rolls-Royce* yra turto simbolis, ir pjesės scena, kur žmogui tenka parduoti *Rolls-Royce*, gali simbolizuoti verslo žlugimą ir sėkmės praradimą. Kaip pavyzdį Barthes'as panaudoja jaunojo caro iš „Ivano Rūsčiojo" krikštą auksinėse monetose, kur auksas yra turto, galios ir statuso simbolis.

Barthes'o simbolių idėja ne taip sistemingai išplėtota kaip konotacijos bei mito ir todėl mažiau vykusi. Galėtume teikti pirmenybę Pierce'o terminams. *Rolls-Royce* yra turto indeksas, bet jo savininko socialinio statuso simbolis (Pierce'o, ne Barthes'o vartota prasme). Auksas – turto indeksas, o galios simbolis. O gal mums vertėtų visai atsisakyti Saussure'o lingvistinės tradicijos ir atkreipti dėmesį į kitas dvi sąvokas, plačiai vartojamas semiozės aspektams apibūdinti. Jakobsonas (Jakobson, Halle, 1956) mano, kad šios dvi sąvokos iš esmės apibrėžia, kaip pranešimai atlieka savo referentines funkcijas.

* *Dixon of Dock Green*

Metafora

Pagrindinės sąvokos

Kai sakome, kad laivas *vagojo* jūrą, – vartojame metaforą. Laivo priekį vaizduojame kaip noragą. Kitaip sakant, nežinomą dalyką išreiškiame žinomais terminais (metafora turi omenyje, kad mums žinomas norago veiksmas, o laivo priekio – ne). Žargonas žinančiam yra „priemonė", o nežinančiam – „turinys".

Turėtume pažymėti dar vieną metaforos charakteristiką – tuo pat metu ji naudojasi ir panašumais, ir skirtumais. Taigi galėtume sakyti, kad ji veikia paradigmiškai, nes priemonė ir turinys turėtų būti pakankamai panašūs, kad galėtų atsidurti toje pačioje paradigmoje, bet ir pakankamai skirtingi, kad išliktų būtinas kontrasto elementas. Paradigmoje jie yra vienetai su skiriamaisiais bruožais. Tokiu būdu metafora „vagojo" yra veiksmažodžių, reiškiančių „skrosti", paradigmoje. Taigi metafora veikia taip:

Pažodžiui:	Laivas	*judėjo*	vandeniu
Metaforiškai:		*vagojo*	
		raikė	
		raižė	
		kirto	
		skrodė	
		ir t.t.	

Po to vyksta metaforinės transpozicijos procesas:

Turinys:	Laivas	*judėjo*	vandeniu
	⇡	↑	↑
Priemonė:	Noragas	*vagojo*	žemę

—▷ Metaforinė transpozicija – *vagojo* vietoj *judėjo*

- - ▷ Asociatyvi transpozicija, priemonės charakteristikos perkeliamos asociatyviai. Galingo, nesilpstančio, sunkaus norago charakteristikos perkeliamos laivui, o žemės charakteristikos – vandeniui.

Papildomos įžvalgos

Tai tradicinis literatūrinis metaforos apibrėžimas. Kai nuo sutartinių ženklų pereiname prie ikoniškų, susiduriame su keletu problemų.

Metaforos rečiau pasitaiko vizualinėje kalboje, kodėl – suprasime aptarę metonimiją. Čia svarbu pažymėti, kad dažniausiai metaforiška vizuali kalba vartojama reklamoje. Dažnai įvykis ar objektas pateikiamas kaip produkto metafora. Laukinių Vakarų mustangai yra „Marlboro" cigarečių metafora, kriokliai ir natūrali žaluma – mėtinių cigarečių metafora. Tai akivaizdžios, manifestuojamos metaforos, kur tiek priemonė (mustangai ir kriokliai), tiek turinys (cigaretės) pateikiami vizualiai. Net ir čia *skirtumas*, nors ir neryškinamas, yra akivaizdus. Bet šiuolaikinių siurrealistinių reklamų stilius labiau priartėja prie verbalinės metaforos, kai skirtumai ir panašumai išnaudojami vienodai (14 iliustracija, žr. p. 220). Tai vizualinė metaforos „Lyja cigaretėmis" versija.

Kasdienės metaforos

Metaforos nėra tik literatūrinė priemonė. Lakoffas ir Johnsonas (1980) parodė, kad jos atlieka daug svaresnę, kasdienę funkciją. Jos yra mūsų kasdienio patyrimo įprasminimo sudėtinė dalis. Aptarkime keletą pavyzdžių.

Kai sakome „aukšta moralė", „kristi miegoti" ar „žemesniosios klasės", kalbame metaforiškai, visą laiką vartodami tą pačią metaforą. Čia erdvinis skirtumas tarp VIRŠAUS ir APAČIOS veikia kaip įvairios socialinės patirties išraiškos priemonė. Konkretus fizinis skirtumas panaudojamas įprasminti abstraktesnę, socialinę patirtį. Šis skirtumas, nors ir natūralus, nėra neutralus. Mes, žmonės, manome, kad skiriamės nuo kitų gyvūnų iš esmės dėl to, kad „pakilome" ant užpakalinių kojų, o tai yra „aukštyn" vedančio evoliucijos proceso dalis. Taigi AUKŠTYN visada priskiriamos teigiamos vertės. Pavyzdžiui, skirtumai tarp socialinių klasių galėtų būti įsivaizduojami kaip išsidėstę horizontaliai, iš kairės į dešinę, bet iš tiesų laikomi vertikaliais, iš aukštesnio žemesnio link. Taip pat ir meninis skonis laikomas „aukštu" arba „žemu", ir „aukštesnis" yra susijęs su „aukštesne"

klase (ir atvirkščiai), taip kaip ir „aukštos" pajamos ar „aukšta" socialinė padėtis. AUKŠTYN asocijuojasi ir su sąmone bei sveikata (mes pakirdome iš miego, pakylam iš ligos patalo, bet krintam miegoti ar ligos pakirsti), ir su dominuojančia moralės sistema – „aukšta" moralė. Kai pridursime suvokimą, kad dievai yra „aukštai" danguje, velniai „žemai" ir kad pats gyvenimas yra „aukštyn" (Kristus „prisikėlė" iš numirusių), o mirtis „žemyn", pradėsim suprasti, kaip esmingai tokios kasdienės metaforos veikia mūsų mąstymą.

Mes vartojame vieną metaforą AUKŠTYN–ŽEMYN įprasminti daugelį skirtingų socialinių abstrakcijų, tokių kaip Dievas, gyvenimas, sveikata, moralė, socialinė padėtis, pajamos, meninis skonis. O kai jos tarpusavyje susiejamos, veikia ideologiškai (žr. 9 skyrių). Nėra nieko *natūralaus*, siejančio aukštą socialinę padėtį, aukštas pajamas ir aukštą moralę, bet kai tai įprasminama viena metafora, tampa vienu iš būdų skleisti dominuojančias vertybes visuomenėje.

Kitas pavyzdys – pinigai kaip laiko metafora. Kai kalbam apie laiko „taupymą" ar „švaistymą", ar projekto laiko „sąnaudas", laikome jį lyg ir pinigais. Žinoma, laikas labai skiriasi nuo pinigų – jo negalima sutaupyti, vienas žmogus negali sukaupti jo daugiau nei kiti, jis negali būti investuotas, kad būtų jo daugiau gauta. Pinigų, kaip laiko metaforos, vartojimas būdingas vadinamosios „protestantiškos darbo etikos" socialinėms vertybėms. Metafora sako, kad laikas, kai nedirbama produktyviai (tai apima ir „užtarnautą" poilsį) yra „veltui praleistas" – ypač, jei jis „praleistas" nieko nedarant ar besivaikant malonumų. Ši metafora disciplinuoja mūsų mąstymą, kad jis atitiktų kapitalistinės, į darbą orientuotos visuomenės ideologiją ir taptų jos dalimi.

Abi šios metaforos yra to, ką Levi-Straussas vadina „konkretumo logika" (žr. 7 skyrių), pavyzdžiai. Jis teigia, kad visos visuomenės suteikia prasmę svarbioms abstrakcijoms, jas metaforiškai išreikšdamos konkrečia patirtimi. Šios konkrečios metaforos, kaip *aukštyn* ar *pinigai*, po to tampa „mąstymo priemone", jos formuoja mūsų supratimą ir suteikia pavidalą toms abstrakcijoms, įgalina jas konceptualiai vartoti kasdieniniame gyvenime.

Tokios kasdienės metaforos daugybe bruožų skiriasi nuo literatūrinių metaforų. Jos nepatraukia mūsų dėmesio kaip metaforos, taigi

nereikalauja sąmoningo iškodavimo. Taigi jos labiau užmaskuotos ir jų prasmė lengviau tampa mūsų visuomenės „sveiko proto" dalimi, įeina į sudėtį netikėtų, tarsi savaime suprantamų plačiai paplitusių teiginių. Toks sveikas protas atrodo natūralus dalykas, bet taip nėra – jis visada yra sutartinis, visada visuomenės suformuotas. Galų gale jis yra ideologinis, nes dominuojančios klasės galia palaikoma tiek, kiek jų idėjos gali tapti visų klasių *sveiko* proto dalimi. Dėl ideologinio sveiko proto, pavyzdžiui, žemesniosios grandies darbuotojai – „mėlynosios apykaklės" laiko savo poziciją žemesne už vadybininkų, ideologinis sveikas protas liepia manyti, kad pramogos – tai laiko švaistymas. Kasdienės metaforos labiau ideologinės ir paslėptos nei literatūrinės, taigi turėtume būti budresni jų ir jų sukuriamo „sveiko" proto atžvilgiu.

Metonimija

Pagrindinės sąvokos

Metafora veikia perkeldama vienos realybės plotmės savybes kitai, o metonimija asocijuoja tos pačios plotmės reikšmes. Ji apibrėžiama kaip procesas, kai dalis atstoja visumą. Kai sakome „karūnuotos Europos galvos", vartojame metonimiją. Pagal Jakobsoną, metonimija yra dominuojanti prozos priemonė, tuo tarpu metafora – poezijos. Reprezentuojant realybę, metonimija neišvengiama – mes pasirenkame dalį „realybės" atstovauti visumai. Urbanistinė kriminalinių televizijos serialų aplinka yra metonimija. Nufilmuota gatvė nereiškia, kad atstoja pačią gatvę, bet ji yra tam tikro miesto gyvenimo būdo metonimija – darbininkų kvartalų skurdo, priemiesčių respektabilumo ar centro prašmatnumo.

Metonimijos pasirinkimas gali būti lemiamas, nes pagal ją susikuriame nežinomą likusią realybę. Neseniai televizijos programoje „Leidėjai" (*The Editors*) buvo parodyti du piketo siužetai. Viename jų grupė pagyvenusių vyrų stovėjo prie įmonės, o du tuo metu kalbėjosi su sunkvežimio vairuotoju, kitame – grupė darbininkų įnirtingai grūmėsi su policija. Tie abu siužetai buvo nufilmuoti tą pačią dieną, tame pačiame pikete. Žinoma, būtent antrasis buvo parodytas per vakarines žinias.

Metonimijos pasirinkimas nulemia visą apie įvykį susikuriamą vaizdą, ir profsąjungos dažnai protestuoja, kad metonimijos, pateikiamos per žinias, siūlo žiūrovams labai vienpusišką ir nepilną jų veiklos vaizdą.

Jamesas Monaco (1977) parodo, kaip metonimijos naudojamos kine. Pavyzdžiui, kadras su verkiančios moters galva šalia banknotų krūvelės, paskleistos ant pagalvės, yra prostitucijos metonimija: gestas ar poza yra laikoma jų reiškiamų emocijų metonimija.

Papildomos įžvalgos

Metonimija yra efektyvus realybės perteikėjas, nes veikia indeksiškai. Ji yra dalis to, kam atstovauja. Ji skiriasi nuo „natūralių" indeksų, tokių kaip dūmai, atstojantys ugnį, nes čia veikia akivaizdus sutartinis pasirinkimas. Sutartinis jo pobūdis dažnai maskuojamas ar bent ignoruojamas, ir metonimija pateikiama kaip natūralus indeksas ir taip jai suteikiamas „tikros", o ne „svarstytinos" statusas. Bet visi filmuoti reportažai yra metonimija ir visi jie yra sutartinis pasirinkimas. Tik vienas iš dviejų nufilmuotų piketo siužetų buvo parodytas per žinias, ir pasirinkimas, kurį rodyti, priklausė nuo dviejų kriterijų. Pirmasis – naujienų vertė. Galtungas ir Ruge (1973) nustatė, kad dominuojančios naujienų vertės yra tokios, kad įvykiui yra didesnė tikimybė tapti reportažu, jei naujiena:

(a) susijusi su elito asmeniu;
(b) yra negatyvi;
(c) įvyko neseniai;
(d) yra netikėta.

Antrasis kriterijus – tai kultūros vertės, arba *mitai*. Mūsų dominuojančiuose mituose profsąjungos yra griaunančios, agresyvios, joms svetima plačiosios visuomenės gerovė, apskritai – tai neigiama organizacija. Akivaizdu, kad antrasis siužetas „atitiko" dominuojantį mitą ir naujienų vertės kriterijus. Jis ir turėjo būti pasirinktas.

Metonimijos, mitai ir indeksai

Fiske ir Hartley (1978) išsamiai parodė, kaip mitai veikia žinių laidose. Mitai veikia metonimiškai, nes vienas ženklas (pvz., linksmasis britų bobis) skatina mus sukonstruoti likusių sąvokų, sudarančių mitą,

grandinės dalį, taip kaip metonimija skatina sukonstruoti visumą, kurios dalis ji yra. Abu jie yra efektyvios komunikacijos priemonės, nes tai neakivaizdūs ar užmaskuoti indeksai. Jie pasinaudoja natūralių indeksų „tiesos veiksniu" ir juo remiasi, paslėpdami indeksinę prigimtį. Mes suvokiame, kad dūmai *nėra* ugnis ar kad juodi debesys *nėra* audra, bet nesame taip įsisąmoninę, kad parodytas piketo siužetas nėra *tikrasis* piketas, ar bobio nuotrauka nėra *tikroji* policija. Paslėpta taip pat ir sutartinė ženklo pasirinkimo esmė. Kiti policijos ar piketo ženklai aktyvintų kitus mitus, kitos metonimijos pateiktų kitą realybės vaizdą. Pagrindinis semiotinės analizės tikslas – atskleisti šią maskuotę.

Metonimijos, mitai ir indeksai veikia taip pat, nes ir ženklai, ir jų referentai yra tos pačios plotmės, jie veikia artumo principu. Čia nėra perkėlimo, kaip metaforoje, nei akivaizdžiai išreikšto susitarimo, kaip simboliuose. Hawkesas (1977) mano, kad metonimijos veikia sintagmiškai. Galėtume dar pridėti mitus ir indeksus, nes visi trys reikalauja, kad skaitytojas sukonstruotų sintagmą, remdamasis dalimi, pateikiama ženklo.

Metaforos ir paradigmos

Jakobsonas teigia, kad metafora yra įprastinis poezijos, o metonimija – realistinės prozos metodas. Ankstesnėje dalyje aptarėme, kodėl „realizmas" yra būtinas metoniminiam komunikacijos būdui, o tai paaiškina ir kodėl metaforos gana retai pasitaiko vaizduojamajame mene ar fotografijoje, o jie abu yra realistiniai. Iš esmės metafora nėra realistinė, greičiau vaizdinga, ji nesusijusi su tos pačios plotmės reikšmių *gretinimu*, bet reikalauja, kad *asosiacijos* principu siektume panašumo tarp dviejų akivaizdžiai skirtingų plotmių. Reikia pasitelkti vaizduotę, kad susietume noragą su laivo priekiu.

Meniškesnėms, miglotoms metaforoms reikia didesnių skaitytojo vaizduotės pastangų. Frazei „Atseikėjau savo gyvenimą kavos puodeliais" reikalinga laki skaitytojo vaizduotė, kad susietų kavos puodelio charakteristikas su laiko matais. Kavos puodeliai („kavos gėrimas" kaip socialinio paviršutiniško bendravimo metonimija) asocijuojasi su reguliarumu ir pasikartojimu, kartu su svarbiausio įvykio gyvenime

pojūčiu. Cigarečių ir lietaus asociacija siejasi su tokia pačia vaizduotės veikla.

Šis asociacijos principas – vienos realybės plotmės savybių verčių ar reikšmės perkėlimas į kitą. Ši transpozicija įvyksta tarp paradigmos vienetų (pavyzdžiui, laivas vagoja, pjauna, raižo ir t.t., arba aš atseikėjau savo gyvenimą gimtadieniais, žiemomis, darbo praradimais, kavos puodeliais ir pan.), ir todėl metafora veikia paradigmiškai. Būtent iš to kyla metaforos vaizdingumas ir poetinis efektas, nes paprastos paradigmos gali būti vaizduotės dėka praplėstos, įtraukiant kažką nauja, netikėta, „kūrybinga". Taigi paprasta „gyvenimo matų" paradigma gali būti praplėsta prijungiant kavos puodelius. Arba galime vaizduotėje sukurti specialią lietų ir cigaretes apimančią paradigmą, susidedančią iš ilgų, plonų, apvalių objektų, paprastai matomų dideliais kiekiais. Kiti galimi paradigmos vienetai galėtų būti „degtukai" (per daug artimi cigaretėms, kad tiktų pabrėžti skirtumą, būtiną tokio pobūdžio originalioms metaforoms), „tašyti rąstai, kuriuos reikia išvežti iš miško", „drenažo vamzdžių stirta statybvietėje". Abu šie variantai tinka įsivaizduojamam cigarečių metaforos paradigminiam pasirinkimui.

Taigi metonimijos veikia sintagmiškai dėl realistinio efekto, o metaforos – paradigmiškai dėl vaizdingumo ar siurrealistinio egfekto. Būtent ta prasme galima sakyti, kad konotacija veikia metaforiniu būdu. Kai neryškią nuotrauką perskaitome kaip sentimentą, atliekame įsivaizduojamą savybių transpoziciją (perkėlimą) iš jausmų plotmės į signifikanto sandaros plotmę. Neryškus vaizdas – sentimentų metafora. Tirpimas – atminties veiklos metafora. Auksinės karūnos formos sagos ir auksinė juostelė yra generolo rango aukštos socialinės padėties metafora. Bet šios konotacijos yra sudarytos ne visai kaip tikros metaforos, nes, nors ir yra susijusios su įsivaizduojama vienos plotmės savybių transpozicija į kitą, pabrėžia tų plotmių panašumą, minimizuodamos skirtumą.

6
Semiotiniai metodai ir jų taikymas

„Dar prieš liūdesį": poetinė metafora

„Dar prieš liūdesį" – Dylono Thomaso eilėraščio pavadinimas. G.N. Leechas (1969) pateikia vykusį pavyzdį, kaip semiotiniai lingvistiniai analizės metodai leidžia suvokti, kaip ši frazė įgauna savo poetinę galią. Keturios sąvokos – paradigma, sintagma, norma ir nukrypimas – gali padėti mums paaiškinti šią frazę.

Normos ir nukrypimai

Norma – statistiškai vidutinis elgesio arba įvertinimo pavyzdys. Ji paaiškina bendrą nusistovėjusią grupės arba visuomenės tvarką ir todėl yra *nuspėjama*, tikėtina. Plačiai priimtos *konvencijos* yra artimos normai. Tai, kas netikėta, nekonvencionalu, yra *nukrypimas* nuo normos. Norėdami būti tikslūs, turėtume įsivaizduoti skalę, kur norma yra viename gale, o didžiausias nukrypimas – kitame. Yra normalumo ir nukrypimo laipsniai. Tačiau iš tikrųjų norisi, nors ir klaidingai, kalbėti apie normą ir nukrypimą kaip apie dvi skirtingas kategorijas. Jei mes to laikysimės, turime atsiminti, kad atstumas tarp jų visą laiką keičiasi. Dažnai judėjimas vyksta centrinės, normalios pozicijos link. Ilgi vyrų plaukai buvo nukrypimas, po to tapo artimesni normai, moterys, mūvinčios kelnes, kreipimasis į pagyvenusius žmones vardu, inicialų raidės be taškų – tai vis nukrypimų tapimo norma pavyzdžiai.

Paradigma ir sintagmos

„Dar prieš liūdesį" yra nukrypimas nuo kalbos vartojimo, nes sintagma: DAR PRIEŠ

normaliai papildoma vienu iš žodžių su tam tikromis charakteristikomis rinkinio, tai yra žodžiais iš tam tikros paradigmos. Šiuo atveju normalios paradigmos charakteristikos yra:

(a) žodžiai, susiję su laiko matavimu;
(b) žodžiai, susiję su reguliariai pasikartojančiais įvykiais;
(c) žodžiai, turintys ir daugiskaitą, t.y. nevienaskaitiniai.

Taigi, kad papildytume sintagmą DAR PRIEŠ..., galime sudaryti paradigmą iš tam tikro normos ar nukrypimo laipsnio elementų (žr. 20 pav.). Pateikiamas tik apytikris jų išsidėstymas pagal nukrypimą, bet jis gali būti kitoks skirtingiems žmonėms. Mokiniams gali atrodyti, kad „Prieš pamoką" yra normalesnis nei „Prieš mėnulį", Holivudo žvaigždės gali manyti, kad „Prieš tris žmonas" normalesnis nei „Prieš tris žiemas". Čia svarbiausia pats nukrypimo laipsnio principas, o ne griežtos kategorijos.

Norma	Žodis	Paradigminė charakteristika		
		Laikas	Pasikartojimas	Daugiskaita
	Minutė	+	+	+
	Valanda	+	+	+
	Savaitė	+	+	+
	Mėnuo	+	+	+
	T.t.			
	Mėnulis	–	+	+
	Žiema	–	+	+
	Varžybos	–	+	+
	Pamoka	–	+	+
	Cigaretė	–	+	+
	Apsiaustas	–	+	+
	Žmona	–	–	+
	T.t.			
	Liūdesys	–	–	–
▽	Gamta	–	–	–
Nukrypimas				

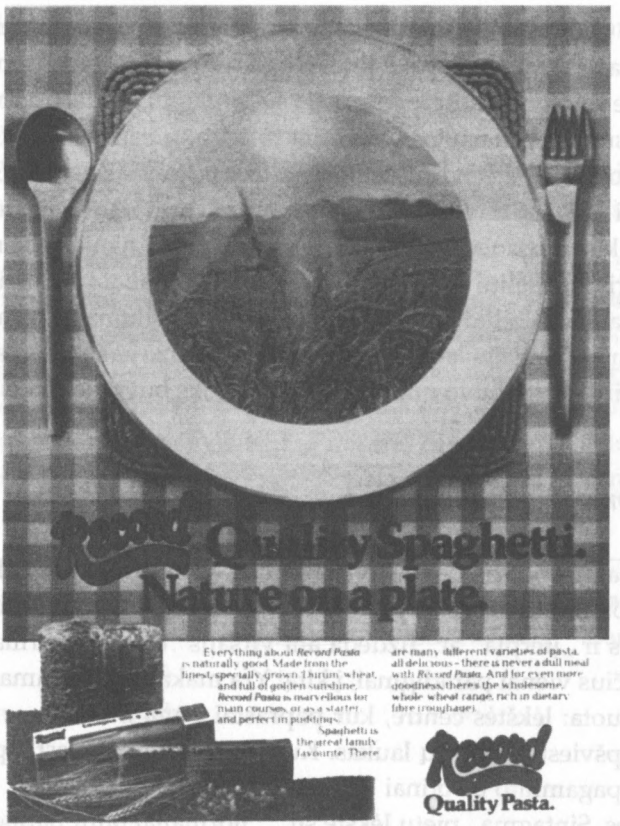
20 pav. *Žodinė paradigma*

Žodis „liūdesys" – nukrypimas pagal visas tris charakteristikas. Normaliai jis priklauso visai kitokiai paradigmai ir aptinkamas visai kitokiose sintagmose. Įterpdamas jį į šią sintagmą, Dylanas Thomasas laikinai suteikė jam naujos paradigmos charakteristikas, išlaikydamas ir jo tikrosios – pagrindinių emocijų – paradigmos savybes. Suteikęs liūdesiui laiko matavimo, reguliaraus pasikartojimo ir nevienaskaitinio daiktavardžio savybes, jis priskyrė žodžiui naujų reikšmių rinkinį, kuris daugeliui skaitytojų gali pasirodyti labai tinkamas ar pamaloninantis vaizduotę. Kūrybiškumas ir originalumas dažnai reiškia normų ar konvencijų laužymą. Semiotinė analizė gali padėti suprasti, nuo kokių normų buvo nukrypta, kiek ir koks buvo poveikis.

Makaronai: vizuali metafora

Tas pats procesas dažnas vizualiuose tekstuose, ypač reklamoje. Reklamos kūrėjai neretai pasinaudoja techninėmis fotografijos galimybėmis ir „įterpia" ar „uždeda ant viršaus" ojektus, normaliai priklausančius vienai paradigmai, į kitą. Yra makaronų reklama, kurioje pavaizduota: lėkštės centre, kur paprastai būna maistas, – skaisčios saulės apšviestas kviečių laukas. Kur tikimės, kaip įprasta, paruošto maisto, pagaminto dirbtinai kaitinant, matome žalią maistą, šildomą tik saulės. Sintagma „pietų lėkštė su..." normaliai būtų papildyta elementu iš paradigmos su pagaminto, dirbtinio, išimto iš gamtos charakteristikomis. Vietoj to yra pasitelkta sveiko ir natūralaus paradigma. Kiti javainiai apibūdinami žodiniu šio paradigminio perkeitimo atitikmeniu „Saulėti pusryčiai".

Ir Dylano Thomaso frazė, ir makaronų reklama veikia metaforiškai, nes imamas elementas iš vienos paradigmos ir įterpiamas į sintagmą, kuri normaliai turėtų būti papildyta elementais iš visai kitos paradigmos. Taip darydami, kūrėjai asocijuoja šių dviejų paradigmų charakteristikas nauju ir įspūdingu perkeitimo būdu. Visos metaforos ta prasme yra nukrypimai nuo kalbos vartojimo normų. Gali atsitikti, ir dažnai atsitinka, kad metafora tampa tokia įprasta, taip dažnai vartojama, kad virsta norma. Taip ji tampa šablonu ir prarandą savo tikrąjį vaizdingumą.



6 iliustracija. *Makaronų lėkštė*

Pateikti pavyzdžiai parodė, kad perkeitimas gali vykti abiem kryptimis. Galima sakyti, kad „liūdesys" įgyja daugiau paradigmos, su kuria buvo asocijuotas, savybių, nei atsineša iš savo normaliosios. Tačiau „vagoja" ir makaronų reklama daugiau atsineša iš savo normalios paradigmos, nei įgyja naujojoje. Būtent tokią vaizduotės veiklą, susijusią su metaforine ar paradigmine transpozicija, turi omenyje Jakobsonas, sakydamas, kad poezija dažniausiai veikia metaforiškai, o realizmas – metonimiškai. Norint sukurti realybės vaizdą pasitelkiant metonimiją, būtina kitokia vaizduotė, nepakanka tik susieti paradigmas, paprastai laikomas skirtingomis.

Notting Hillas: realistinė metonimija

Galime praplėsti savo semiotinę analizę, judėdami tokia kryptim. Reportažinės nuotraukos iškelia analitikui naujas problemas. Jos yra ikoniškos ir nesutartinės, taigi dalyvaujančios paradigmos mažiau apibrėžtos nei verbalinėje sintagmoje. Jos veikia metonimiškai, ne metaforiškai, ir todėl nekreipiamas dėmesys į sukonstravimo „kūrybiškumą", jos atrodo „natūralesnės". 7a iliustracijoje matome nuotrauką, padarytą 1976 metų Notting Hillo karnavale Londone. Jo metu įvyko susidūrimas tarp juodaodžių jaunuolių ir policijos. 7b iliustracijoje matyti, kaip tą išnaudojo *Observer*.

Pirmojo lygmens sintagma

Denotatyviniame, pirmo lygio signifikavimo, lygmenyje 7a iliustracija iškelia kelias problemas. Tai sintagma, sudaryta iš kelių vizualinių ženklų. Viena iš šitokių ikoninių sintagmų analizės problemų yra ta, kad ją sudarančius ženklus sunku išskirti ir aiškiai apibrėžti,

7a iliustracija. *Notting Hillas*

kaip tai galima sutartinėse sintagmose, tarkim, sakiniuose. Barthes'as atkreipia į tai dėmesį, pavadindamas nuotrauką realybės „analogu". Tačiau manau, kad galėčiau joje išskirti du pagrindinius ir tris papildomus ženklus, nes įžvelgiu skaitmeninius skirtumus analoginiame kode. Toliau analizuojant šie ženklai skaidomi į komponentus, taip pat kaip gramatinėje sakinio analizėje einama vis detalesnio lygio link. Kiekvienas ženklas čia yra kaip frazė sakinyje.

Du pagrindiniai ženklai yra juodaodžių jaunuolių ir policijos grupės. Trys papildomi – juodaodžių minia, supanti incidento vietą, miesto aplinka – viaduko apačia, seni namai aikštėje – ir medis. Sintagmoje atsiranda tam tikras šių ženklų ryšys – konfrontacija, kuri kažkokiu būdu, gal ir atsitiktinai, yra susijusi su miestietiška, juodaodžių gyvenamąja aplinka. Žinoma, konfrontacija nėra nepriklausoma nuo šios aplinkos.

Šie signifikantai ant popieriaus lapo tampa ženklais, kai juos skaitome, t.y. susiejame su signifikatais ar mentalinėmis idėjomis. Yra policijos, juodųjų, gyvenamųjų rajonų, medžio sąvokos, reikalingos šiam paveikslui perskaityti. Šie signifikatai yra mūsų kultūrinės patirties rezultatas. Mes galime atpažinti, kad uniformuotos figūros yra policininkai, o ne Gelbėjimo armijos orkestrantai, juodaodžiai, mūsų nuomone, žino, jog baltieji juos suvokia kaip emigrantus, neseniai atvykusius į baltųjų visuomenę.

Antrojo lygmens sintagma: mitas ir konotacija

Jei jau kalbame apie signifikatus, suprantame, koks pramanytas yra skirtumas tarp pirmojo ir antrojo lygmens – tai viso labo analitinis susitarimas, nes signifikatai nepastebimai pereina į antrojo lygmens mitus.

Nuotrauka neišvengiamai išjudina jau egzistuojančią sąvokų grandinę, sudarančią policijos mitą. Šio vaizdo poveikis atsiranda dėl dominuojančio mito: policija yra neagresyvi (nepaisant bananų) – vienas ginasi prisidengęs veidą ranka, du atsisukę į jaunuolius nugara, vienas buvo partrenktas ir pametė šalmą. Juodaodžių jaunuolių signifikatas įtraukia du mitus – juodųjų ir nepatenkinto jaunimo. Taigi čia ir rasinė konfrontacija, ir kartų konfliktas. Visuomenės tvarką ir įstatymą saugančios jėgos, arba *mes*, stoja prieš anarchines, antivisuomenines

7b iliustracija. *Observer Review*

jėgas – *juos*. Šiame lygmenyje konfrontacija nuotraukoje tampa visos visuomenės vidinės įtampos ir konflikto metonimija. Čia taip pat veikia darbininkų kvartalo mitas. Viaduko kraštas yra didelio miesto centre esančio sunykusio rajono metonimija. Iš juodųjų minios nuotraukos gilumoje galima spręsti, kad tai jų rajonas. Bet būtent taip perskaityti galima tik mūsų žinių, kad miestas yra liberalioje demokratinėje baltųjų šalyje ir jai, kaip ir policijai, vadovauja baltieji, kontekste.

Observer apkarpė šią nuotrauką, pakeitė jos formą. Ji tapo siaura ir ilga. Žiūrint į ją, mūsų akys laksto iš kairės į dešinę. Tai sustiprina konfrontacijos konotaciją. Skaitytojo akių judesys tampa abiejų pusių sąveikos ikonine reprezentacija. Neliko medžio, kuris vienintelis galėjo sušvelninti nuotraukos poveikį. Bet viaduko kraštas liko (galima buvo nukirpti sulig juodųjų lyderių galvomis), liko ir juodųjų minia. Nuotrauka papildyta keturiais juodo sunkaus šrifto žodžiais, atskiriančiais du pagrindinius veikėjus. Patys žodžiai, jų vieta ir šriftas pabrėžia šias konflikto konotacijas.

Profesionalo požiūris

Haroldas Evansas (1978), tuometinis *The Times* redaktorius, taip pakomentavo: „Tai sąmoningo vaizdo redagavimo ir kartu sumanios nuotraukos rezultatas“. Jis tęsė: „Neapkarpytoje versijoje buvo taip

pat užfiksuoti medžiai ir namai bei fonas, kurie niekuo nepapildytų naujienų, ir jei būtų palikti, užimtų publikacijos vietą ir atitrauktų dėmesį nuo pagrindinių dalykų. Tame, kas liko, pakanka ir detalių, ir dramos, o dydis ir forma patraukia kiekvieno skaitytojo akį."

Įdomu palyginti, kaip profesionalo argumentacija dera su semiotiniu perskaitymu. Shannono ir Weaverio triukšmo sąvoka gali paaiškinti dalį apkarpymą grindžiančių argumentų, bet čia dar buvo paliestos detalės ir drama, techniniai ir ekonominiai publikacijos ploto aspektai. Kai jis kalba apie skaitytojo dėmesio patraukimą, priartėja prie semiotinių dalykų. Skirtumas tas, kad profesionalas mano, jog skaitytoją labiausiai ar net išimtinai paveikia pati nuotrauka. Skaitytojas laikomas pranešimo priėmėju, ir jei komunikacijos procesas atliktas kvalifikuotai, poveikis turėtų būti žymus. Haroldas Evansas remiasi pagrindiniu proceso mokyklos modeliu.

Semiotikas didesnę svarbą teikia skaitytojui. Žinoma, vaizdas dalyvauja kuriant reikšmę, bet dalyvauja ir skaitytojas. Poveikis, arba „dėmesio patraukimas", labai priklauso nuo to, kad skaitytojas jau turi savo nuomonę ir socialinių požiūrių rinkinį apie incidentą bei socialinius santykius, kurių metonimija jis yra. Kad atsirastų poveikis, teksto struktūra turi sąveikauti su socialiniu skaitytojo požiūriu. Skirtumai tarp dviejų mokyklų yra dėl akcentų santykio, o ne prieštaringų alternatyvų.

Mitologo požiūris

Slogaus urbanistinio vaizdo apkarpymas – tai būdas, kuriuo redaktorius, gal ir nesąmoningai, padeda mitui natūralizuoti istoriją. Tai neleidžia atsirasti potencialiai reikšmei, jog konfliktas vyksta dėl socialinio atstumtumo, ir palaikoma reikišmė, kad spalvotasis jaunimas „natūraliai" linkęs į griovimą, agresiją, asocialų elgesį. Toks baltųjų mitas apie juoduosius naudojamas paaiškinti, kodėl baltųjų visuomenėje neproporcingai daug juodųjų teisiama ir patenka į kalėjimus. Čia remiamasi jų prigimtimi, o ne socialinėmis sąlygomis. Mitas paneigia vergovės ir kolonializmo Karibų ir Afrikos šalyse istoriją, o juk dėl to juodieji atsidūrė Britanijoje ir jų socialinė padėtis yra žemesnė. Tai paneigia ir naujesnę netoliaregišką policijos pertekliaus

juoduosiuose rajonuose istoriją, kurios dalis yra nuotraukoje pavaizduoti įvykiai. Žodžiai JAUNI PIKTI IR JUODI padeda natūralizacijos procesui. Jie pakiša mintį, kad piktumas – dėl jaunų juodųjų „prigimties", o ne baltųjų visuomenės elgesio.

Barthes'as įsitikinęs, kad įprasta mitų funkcija – tenkinti dominuojančios klasės interesus. Šie rasistiniai mitai gerai tinka baltųjų interesams, nes leidžia jiems išvengti supratimo, kad būtent jų istorija ir jų privilegijuota padėtis, o ne juodųjų prigimtis sukėlė pyktį ir neramumus, pavaizduotus nuotraukoje. Mitai klaidingai pateikia problemą ir jos sprendimą kaip esančius juodajame, o ne baltajame visuomenės sektoriuje. Todėl jų numitinimas mitologinės analizės būdu yra socialinis ir politinis veiksmas. Reikšmės niekada nėra tik tekstinės, jos visada sociopolitinės. Šiai dimensijai mitologas ir skiria daugiausia dėmesio.

Paradigmos

Verbalinėse, arba sutartinėse, kalbose paradigmos yra aiškiai apibrėžtos ir greta signifikantų paradigmų yra ir signifikatų paradigmos. Ikoninės kalbos, pavyzdžiui, fotografija, veikia kitaip. Potencialiai gali būti be galo daug policijos nuotraukų. Tačiau, kaip primena Saussure'as, kiekvienas paradigmos elementas turi aiškiai skirtis nuo kitų. Taigi begalybė policijos nuotraukų yra problemiška tik pirmajame signifikacijos lygmenyje. Antrajame lygmenyje akivaizdžiai skirtingų „būdų policijai fotografuoti" skaičius yra ribotas. Gali būti konotuojamas tik tam tikras emocijų ir verčių kiekis ir dar mažiau yra policijos suvokimo mitų. Čia antrojo lygmens paradigma, susidedanti iš mitų ir konotacijų. Ta paradigma gali būti ne tokia akivaizdi, kaip sutartinio kodo, tačiau vis tiek mūsų kultūroje yra neverbalinis susitarimas dėl svarbiausių jos elementų.

Kyla įdomus klausimas – ar kitoms mūsų visuomenės kultūroms ir subkultūroms tinka ta pati „policijos fotografavimo būdų" paradigma. Jei ne – pasikeis jų perskaitytos antrojo lygmens reikšmės. Ši nuotrauka vieniems gali konotuoti policijos savitvardą ir tolerantiškumą, kitiems – jos silpnumą ar net baimę, dar kitiems ji gali konotuoti policijos įsibrovimą ir intervenciją. Prie šios skirtingo

perskaitymo, ypač antrajame lygmenyje, problemos dar grįšime skyriaus pabaigoje. Dabar norėčiau apsistoti ties paradigmine analize ir pristatyti parankų metodą. Jis žinomas kaip komutacijos (pakeitimo) testas.

Komutacijos testas

Komutacijos testas atlieka dvi pagrindines funkcijas. Pirmoji – nustatyti reikšminius paradigmos arba sintagmos skirtumus ar skiriamuosius bruožus, antroji – padėti apibrėžti šį reikšmingumą. Šio testo technika yra tokia: pakeičiamas sistemos elementas ir įvertinamas atsiradęs reikšmės pokytis, jei toks yra. Paprastai pakeitimas ir pakeistos sintagmos reikšmė nustatomi vaizduotėje. Taigi įsivaizduokime, kad sunkvežimis, esantis sintagmos kairėje, pakeičiamas į lengvąjį automobilį. Manau, turėtume sutikti, kad tai nepakeis nuotraukos reikšmės. Sunkvežimis nėra signifikuojantis elementas. Arba galime įsivaizduoti, kad nuotraukos fonas pakeistas į prašmatnų baltųjų priemiestį. Tai iš esmės pakeis sintagmos reikšmę. Tada konfliktas vietoj nemalonaus, bet riboto, sulaikomo, vietinio atrodytų kaip daug labiau išplitęs, grėsmingas, apimantis visą visuomenę. Arba įsivaizduokite, kad visi nuotraukoje – baltieji, ar kad juodųjų grupė – respektabiliai apsirengę vidutinio amžiaus vyrai.

Žinoma, naujienų nuotraukoje šios galimybės yra hipotetinės. Akivaizdu, kad fotografas ne specialiai pasirinko juodaodžius jaunuolius, o ne baltuosius vyrus. Bet kai skaitome nuotrauką, atpažįstame, kad jie *ne* balti, *ne* vidutinio amžiaus, *ne* viduriniosios klasės žmonės. Komutacijos testas padeda mums priskirti šiai grupei reikšmę pagal tai, kuo ji nėra.

Nėra abejonės, kad analizuodami reklamines nuotraukas žinome, jog pasirinkimas buvo sąmoningas – šių nuotraukų fotografas tai suvokia, tuo tarpu beveik galime būti tikri, kad naujienų fotografas – ne. Tą patį galima pasakyti ir apie redaktoriaus pasirinktus žodžius JAUNI PIKTI IR JUODI. Pakeiskime šių žodžių šriftą į normalų ir patalpinkime už nuotraukos ribų, į labiau pastabai tinkamą vietą, ar pakeiskime į žodžius JUODI PIKTI IR JAUNI. Arba įsivaizduokime, kad ant policininkų grupės baltai atspausdinti žodžiai BRITŲ BOBIAI,

PAKLIUVĘ Į APSIAUSTĮ. Visi šie pakeitimai yra reikšminiai ir pakeistų visą nuotraukos reikšmę.

Žodžiai ir vaizdas

Apsistosime ties žodžių ir vaizdų vaidmens palyginimu. Fotografijos antraštei vartojamų žodžių funkcijoms apibrėžti Barthes'as (1964) vartoja *pritvirtinimo* (angl. *anchorage*) terminą. Jis teigia, kad vizualūs įvaizdžiai yra poliseminiai: „Būdami signifikantų pagrindu, jie implikuoja kintamą signifikatų grandinę; skaitytojas gali vienus pasirinkti, o kitus ignoruoti". Žodžiai padeda *„fiksuoti* šią kintamą signifikatų grandinę taip, kad būtų pasipriešinta ženklams, dėl kurių nesame visai tikri". Iš tiesų retai (jei tai iš viso pasitaiko) matome nuotrauką be jokios žodinės antraštės, išskyrus tas nuotraukas, kur denotatyviniame lygmenyje pasakoma, kur ar kas tai yra. Kitoje vietoje Barthes'as (1961) antraštę vadina „parazituojančiu pranešimu, siekiančiu sužadindi vaizdo konotacijas su vienu ar keliais antrojo lygmens signifikatais". Jis pripažįsta, kad konotacija pateikia skaitytojui daugiau galimų reikšmių nei denotacija, ir kad žodžiai gali būti panaudoti tai reikšmių skalei susiaurinti ar jos dalį atmesti.

Kitą pritvirtinimo funkciją Barthes'as vadina *denominacija*. Ji paprasčiausiai pasako, kas yra nufotografuota, taigi padeda surasti nuotraukai vietą mūsų pasaulyje. Pasakius, kad nufotografuotas „Notting Hillo karnavalas", palengvėja nuotraukos vietos nustatymas ir taip *sutvirtinama* jos reikšmė. Galima pasakyti, kad tai rasinės riaušės Smethwicke, ar Cardiffo futbolo sirgaliai, einantys iš stadiono, ar filmo *Dixon of Dock Green* epizodas – kiekviena šių *denominacijų* kai kurias reikšmes atmestų, o pasiūlytų kitas.

Siūlomi perskaitymai

Taigi antrajame lygmenyje žodžiai nukreipia mūsų skaitymą. Kartais jie pasako mums, *kodėl* verta padaryti šią nuotrauką, ir dažnai – *kaip* reikia ją perskaityti. Jie nukreipia mus Stuarto Hallo (1973b) vadinamojo „siūlomo perskaitymo" link. Šiuo atveju siūlomas perskaitymas yra tas, kuris veda mus link nuotraukos reikšmių, atitinkančių tradicines įstatymo ir tvarkos vertes. Šios vertės susiduria

su neišvengiama problema, tačiau pačios ir padeda ją išpręsti. Kitaip sakant, siūlomi perskaitymai *atmeta* potencialias revoliucines nuotraukos reikšmes. Mes neskatinami aptarinėti reikšmės, kuri remtųsi idėja, kad socialinė struktūra yra bloga, neteisinga ir reikia ją fiziškai suardyti. Žinoma, tokios reikšmės mūsų kultūros mažumų grupėms yra įmanomos ir net prognozuojamos. Bet joms neteikiama pirmenybė, nes tai būtų *iškreiptas iškodavimas* (Eco, 1965). Pasirinktoji reikšmė susieja „rasinę problemą" su „jaunimo problema" ar „kartų susidūrimu", t.y. su tuo, kas yra pažįstama, ir žinoma, kad tai sukelia įtampą ir spaudimą, bet nėra iš esmės grėsminga pačiai visuomenei. Žodžiai *nukreipia* mūsų dėmesį nuo potencialaus, tačiau daug pavojingesnio ryšio tarp „rasės" ir „klasės".

Siūlomo perskaitymo sąvoka yra vaisinga, nes pateikia mums modelį, leidžiantį susieti aptariamas pranešimo reikšmes su socialine struktūra, kurioje veikia ir pranešimas, ir skaitytojas. Hallas pasiskolina šią sąvoką iš Parkino ir išplėtoja ją. Parkinas (1972) teigia, kad yra trys pagrindinės reikšmių sistemos, kuriomis remiantis individas interpretuoja ar reaguoja į savo padėties visuomenėje suvokimą. Šias sistemas jis vadina dominuojančiomis, subordinuotomis ir radikaliomis. Stuartas Hallas mano, kad jos atitinka masinės komunikacijos pranešimų iškodavimo būdus.

Dominuojanti sistema (ar *dominuojantis kodas*) yra ta, kuri perteikia dominuojančias vertes ir egzistuojančią struktūrą, siūlomus visuomenės perskaitymus. Dominuojantis šios nuotraukos apibrėžimas – policija yra mūsų atstovas, palaikantis mūsų laisvą visuomenę, o juodieji jaunuoliai, metantys iššūkį šiam vaidmeniui, turi būti laikomi „nukrypusiais" ar nusikaltusiais.

Subordinuota sistema atitinka Hallo *derybinį kodą*. Ji pripažįsta dominuojančias vertes ir egzistuojančią struktūrą, bet linkusi sutikti, kad reikėtų pagerinti tam tikros grupės padėtį struktūroje. Tai galėtų būti profsąjunga, besideranti dėl savo narių algų padidinimo, ar liberalūs baltieji, „besiderantys" dėl geresnės juodųjų padėties mūsų visuomenėje. Toks derybinis nuotraukos iškodavimas galėtų apimti pritarimą, kad policija apskritai efektyviai ir teisingai atlieka savo funkciją, tačiau juos galima apkaltinti dėl elgesio su juodaisiais. Galėtume sakyti, kad dėl kai kurių savo vaidmens aspektų policininkai yra

represinis vyraujančios daugumos veiksnys, palaikantis pavaldžius ar išsišokančius elementus savo vietoje, ir tai nėra blogai, kai reikalas susijęs su nusikaltėlių pasauliu, bet moraliai blogai, kai taip pat elgiamasi su juodaisiais.

Hallo *opozicinis kodas* atitinka *radikaliąją* Parkino *sistemą*. Toks perskaitymas atmeta vyraujančią versiją ir jos kuriamas socialines vertes. Opozicinis iškoduotojas pripažįsta siūlomą perskaitymą, bet atmetą jį kaip klaidingą. Jis pranešimui randa vietos reikšmių sistemoje, radikaliai priešingoje vyraujančiai, ir todėl siūlo radikaliai priešingą teksto perskaitymą. Opozicinis šios nuotraukos perskaitymas bus toks: ji rodo natūralią juodųjų teisių ir laisvių išraišką, kuri jėga nuslopinama valdančiosios klasės įgaliotinių. Tai neteisingos veikiančios socialinės sistemos metonimija.

Antrojo lygmens nuotraukos reikšmių analizė atvedė mus prie *ideologijos* sąvokos. Tokios siūlomos nuotraukos reikšmės įmanomos tik jei laikomasi baltųjų liberaliosios demokratinės ideologijos. Diskusijai apie ideologiją pasiliksiu 9 skyrių.

Socialinė reikšmės determinacija

Hallas ir Parkinas parodė, kad tai, kokią informaciją skaitytojas turi prieš pradėdamas skaityti tekstą, lemia jo socialinė pozicija. Abu autoriai mano, kad pirmiausia tai priklauso nuo socialinės klasės. Morley (1980) toliau išplėtojo jų idėjas, atlikdamas dviejų televizijos „Nationwide"* laidų auditorijos suvokimo empirinį tyrimą. Gauti duomenys iš esmės parėmė Hallo ir Parkino poziciją, tačiau parodė, kad pati socialinė klasė nėra toks lemiantis veiksnys, kaip jie manė. Taigi ir profesinių mokyklų mokiniai (darbininkų klasė), ir bankų vadybininkai (vidurinioji klasė) laikėsi dominuojančio perskaitymo, o štai studentai (vidurinioji klasė) ir profsąjungų veikėjai (darbininkų klasė) – derybinio (skirtingo). Opozicinį perskaitymą pateikė juodieji, visai atmetę programą, kaip neatitinkančią realybės, ir cechų viršininkai, kurie iš viso buvo nusistatę prieš ją.

Morley parodė, kad modelis iš tiesų veikia, bet tenka pripažinti, kad kiti socialiniai veiksniai, o ne klasės, padeda nustatyti skaitytojo

* Publicistinė laida.

derybinę poziciją. Tie veiksniai gali būti išsilavinimas, darbo vieta, partinė priklausomybė, gyvenamoji vieta, religija ar šeima. Kiekvienas jų suformuoja diskursą, kalbų registrą su jam būdingais pasaulio konceptualizavimo būdais. Taigi individas naudojasi keletu diskursų, kildinamų iš skirtingų socialinių grupuočių, kurių nariu jis yra. Skaitymas – tai kelių skaitytojo diskursų ir teksto diskurso derinimas.

7

Struktūralistinė teorija ir jos taikymai

Semiotika yra struktūralizmo forma, nes ji teigia, kad neįmanoma pažinti pasaulio kitaip, kaip per sąvokines, lingvistines mūsų kultūros struktūras. Empirizmas (žr. 8 skyrių) teigia visai priešingai. Empirikui tyrinėtojo veikla – jau egzistuojančių pasaulyje reikšmių ir modelių atskleidimas, tuo tarpu struktūralisto užduotis yra išaiškinti sąvokines struktūras, per kurias įvairios kultūros organizuoja savo pasaulio suvokimą ir supratimą. Nors struktūralizmas neneigia išorinės, universalios realybės egzistavimo, jis nepripažįsta, kad žmonės sugebėtų prieiti prie šios realybės objektyviu, universaliu, kultūriškai nedeterminuotu būdu. Struktūralizmo reikalas yra atskleisti, kaip žmonės suteikia pasauliui prasmę, o ne koks pasaulis *yra*. Todėl struktūralizmas nepripažįsta jokios galutinės ar absoliučios mokslinės tiesos, nes jei universali, nekintanti realybė neprieinama žmonėms, tai mes negalime įvertinti teiginių ar tikėjimų teisingumo matuodami, kiek jie priartėja prie šios realybės.

Dažnai sunku suvokti šią mintį, nes ji prieštarauja moksliniam racionalizmui, dominuojančiam Vakaruose nuo Renesanso laikų. Levi-Straussas (1979) skiria „mokslinį" ir „laukinį" mąstymo būdus, nenorėdamas pasakyti, kad mokslinis yra geresnis, tik jis yra kitoks. Jis veikia nustatydamas skirtumus, dalydamas gamtą į vis detalesnes ir tikslesnes kategorijas, o „laukinis" mąstymas yra holistinis, jis stengiasi suprasti gamtos visumą, o ne jos gabaliukus. Jis apima patyrimo sritis, mokslo atmestas kaip netikras ar nemokslines, tikėjimo, vaizduotės ir subjektyvios patirties dalykus, kurie nelaikomi realybės dalimi. Žinoma, vakarietiškas mokslas savo gebėjimu pakeisti pasaulį yra daug instrumentiškesnis nei maginiai reiškinio

paaiškinimai kokioje nors gentinėje visuomenėje. Bet religinė „tiesa" gali veiksmingai pakeisti žmonių požiūrį ir elgesį, paveikti socialinę ir politinę mūsų sistemą, pateikti neabejotinai „tikresnius" mūsų subjektyvios patirties paaiškinimus nei empirinis mokslas. Tiesa yra ją sukuriančios ir pripažįstančios sąvokinės ir kultūrinės sistemos, o ne universalios, objektyvios ikikultūrinės realybės funkcija.

Levi-Straussas buvo antropologas struktūralistas, praplėtęs Saussure'o kalbos teoriją iki struktūrinės sistemos, apimančios visus kultūrinius procesus, pavyzdžiui, maisto gaminimą, apsirengimą, giminystės ryšius ir ypač mitus bei legendas. Tai vis mūsų kultūrinio ir socialinio pasaulio organizavimo, taigi ir įprasminimo būdai. Visos kultūros įprasmina pasaulį, ir nors jų suteikiamos reikšmės gali būti skirtingos, tačiau būdai, kuriais jos kuriamos, – vienodi, jie universalūs. Reikšmės yra būdingos tam tikrai kultūrai, bet jų kūrimo būdai yra bendri visai žmonijai.

Taigi Saussure'ui visos kalbos yra skirtingos, jų žodynas skaido pasaulį į gana skirtingas kategorijas, jų sintaksė jungia sąvokas gana skirtingais būdais. Bet visos jos yra sutartinės, visos turi tą pačią paradigminę ir sintagminę struktūrą, visos paradigmiškai remiasi kategorijų sistemomis, kurių reikšmės priklauso nuo jų santykio su kitomis kategorijomis toje pačioje sistemoje, ir visos turi kategorijų derinimo, siekiant sukurti naujus teiginius, sistemas. Taigi visos kalbos turi skirtybių ir derinimo struktūrą.

Kategorizacija ir binarinės opozicijos

Levi-Straussui svarbesnis buvo paradigminis kalbos matmuo, t.y. jos kategorijų sistema. Kategorijų kūrimas sistemos ribose jam buvo prasmės suteikimo esmė, o šio proceso šerdis – struktūra, jo pavadinta *binarine opozicija*. Binarinė opozicija – tai dviejų susijusių kategorijų sistema, kuri savo gryniausia forma apima visatą. Idealioje binarinėje opozicijoje viskas yra arba A, arba B kategorijos, ir taikydami tas kategorijas pasauliui mes pradedame jį įprasminti. Taigi kategorija A negali egzistuoti pati savaime, kaip esminė kategorija, ji gali egzistuoti tik struktūriškai susijusi su kategorija B. Kategorija A

turi prasmę tik todėl, kad ji ne kategorija B. Be kategorijos B kategorija A neturėtų ribų, taigi nebūtų kategorijos A. Pasaulio sukūrimo pasakojimas *Pradžios knygoje* struktūriškai gali būti perskaitytas ne kaip pasaulio kūrimo, o kaip kultūrinių kategorijų, suteikiančių jam prasmę, kūrimo istorija. Tamsa buvo atskirta nuo šviesos ir žemė – nuo oro. Žemė buvo perskirta į sausumos ir vandens kategorijas, o vanduo perskirtas į jūros vandenį (nevaisingą) ir dangaus, arba lietaus, vandenį (vaisingą). Pastarasis yra antro įprasminimo proceso etapo pavyzdys, kai kategorijos, akivaizdžiai egzistuojančios gamtoje, t.y. artimai atitinkančios mūsų konkrečios realybės suvokimą, panaudojamos abstraktesnėms, bendresnėms ir neabejotinai labiau kultūrai būdingoms sąvokoms paaiškinti ir pagrįsti šiuos paaiškinimus gamta, taigi ir pateikti jas kaip natūralias, o ne kultūrines. Akivaizdžiai gamtinių jūros vandens ir lietaus vandens kategorijų opozicijos panaudojamos abstraktesnėms ir kultūrai būdingoms nevaisingumo ir vaisingumo kategorijoms paaiškinti. Šis abstrakčių sąvokų įprasminimo procesas, kai jų skirtybių struktūra metaforiškai perkeliama į konkretaus skirtybes, atrodo natūralus, bet pagal Levi-Straussą yra kultūrinis, jo pavadintas „konkretumo logika". Toliau *Pradžios knygos* pasakojime žolės atskiriamos į lapus auginančias ir sėklas bei grūdus brandinančias, ir šis atskyrimas panaudojamas daug keblesniam skirtumui tarp žmonių ir gyvūnų suvokti: žmonės valgo grūdus brandinančius augalus, o gyvūnai – lapus.

Pagal Levi-Straussą, binarinių opozicijų sudarymas yra esminis, universalus įprasminimo procesas. Jis universalus, nes yra žmogaus smegenų fizinės struktūros produktas ir todėl būdingas žmonių giminei, o ne vienai kultūrai ar visuomenei. Smegenys veikia elektrocheminiu būdu siųsdamos pranešimus ląstelėms, ir vieninteliai galimi perduoti pranešimai yra paprastieji binariniai TAIP ir NE. Visas tinklas yra toks sudėtingas, kad žmogaus smegenys, kaip ir jų elektroninis analogas – kompiuteris, gali sudaryti nepaprastai sudėtingas kategorijų struktūras, beveik be galo pakartotinai gilindamos ir detalizuodamos šias binarines opozicijas. (Šitas procesas buvo aprašytas 1 skyriaus informacijos „bitų" dalyje.) Skirtumas tarp skaitmeninių ir analoginių kodų (žr. 4 skyrių) tas, kad skaitmeniniai kodai yra pagrįsti kategorijų opozicija.

Tačiau gamtoje taip nėra. Gamta yra analoginių, tęstinių, o ne apibrėžtų kategorijų seka. Gamtoje nėra skiriamosios linijos tarp šviesos ir tamsos, tačiau yra tęstinis procesas tarp švitimo ir sutemimo. Nėra net ir aiškios linijos tarp sausumos ir vandens – paplūdimys, klampusis smėlis, dumblas yra kategorijos, besipriešinančios griežtai binarinei opozicijai. Šias kategorijas, turinčias abiejų opozicinių kategorijų bruožų, Levi-Straussas vadina *anomalinėmis kategorijomis*.

Anomalinės kategorijos

Anomalinė kategorija yra tokia, kuri neatitinka binarinės opozicijos kategorijų, lyg apima jas abi, išblukindama jų ribų ryškumą. Anomalinėms kategorijoms būdingi abiejų binarinių opozicijų kategorijų bruožai, todėl jos turi per daug reikšmės, konceptualiai jos yra per daug stiprios. Jų reikšmės perteklių, kylantį iš abiejų kategorijų, ir jų gebėjimą prieštarauti pagrindinėms kultūrą įprasminančioms struktūroms reikia kontroliuoti – paprastai paskelbiant „šventomis" ar „tabu". Anomalinių kategorijų kilmė – iš dviejų šaltinių: gamtos ir kultūros. Gamta visada priešinasi kultūros primetamai kategorizacijai. Visada yra gamtos dalelių, kurios nesutaikomai priešinasi tokiam sutapatinimui. Taigi, grįžtant prie mūsų *Pradžios knygos* pavyzdžio, žaltys – nei sausumos žvėris, nei jūros žuvis, tačiau turi abiejų bruožų. Todėl judaistinėje-krikščioniškoje kultūroje jis turi labai daug reikšmių, semiotiškai yra per daug galingas, todėl turi būti kontroliuojamas, padarant jį tabu. Panašiai homoseksualumas gręsia lyčių kategorijų aiškumui, ir tokiose visuomenėse, kaip mūsiškė, kur lyties identitetas yra toks svarbus, jis yra apsuptas įvairių tiek moralinių, tiek ir teisinių tabu.

Kitas anomalinių kategorijų tipas yra suformuotas pačios kultūros tarpininkauti abiem opozicinėms kategorijoms, kai ribos tarp jų atrodo per daug griežtos, bauginančios. Taigi daugelyje kultūrų dievams ir žmonėms tarpininkauja anomalios figūros (angelai, Jėzus Kristus), turinčios abiem būdingų bruožų. Panašiai yra daugybė mitologinių ar religinių figūrų, tarpininkaujančių žmonėms ir gyvūnams (vilkolakiai, kentaurai ir sfinksai) bei gyviesiems ir mirusiems (vampyrai, zombiai, dvasios).

Struktūrinis pasikartojimas

Kadangi struktūravimo principas yra pagrindinis pasaulio įprasminimo būdas, struktūralizmas ieško paralelių struktūrų, organizuojančių akivaizdžiai skirtingas mūsų kultūrinės būties dalis tais pačiais būdais. Pavyzdžiui, Leachas (1964) suranda paralelių tarp mūsų erdvės, santykio su gyvūnais ir santykio su žmonėmis konceptualizavimo būdų. Čia jis aptinka paralelias kategorijas ir paralelias anomalijas. Pateikiama supaprastinta jo analizė, išryškinant pagrindines mintis.

Erdvė yra kategorizuojama į „namus", „sodybą ar apylinkes" ir „tyrus". Gyvūnai atitinka paralelias kategorijas – „kambarinai gyvūnai", „gyvuliai" ir „laukiniai gyvūnai". Žmonės panašiai skirstomi į „šeimą", „gimines ar kaimynus" ir „kitus, svetimus". Bet šios kategorijos, žinoma, ne visada yra tikslios, ypač abiejose pastarosiose kultūros srityse. Taigi gyvenantys namuose, bet nesantys kambariniais gyvūnais ar gyvuliais laikomi kenkėjais, tabu, jiems suteikiama papildoma reikšmė – daugelis žmonių ypač šlykštisi žiurkėmis ir pelėmis. Atitinkama žmonių santykių kategorija yra netikrieji giminės, kurie nėra šeima ar gentis, bet turi abiejų bruožų. Leachas pažymi, kad pamotė yra tipiška tabu figūra, žmonių pasaulyje užimanti padėtį, kurią gyvūnų pasaulyje užima kenkėjai. Panašiai tarp gyvulių ir laukinių gyvūnų yra anomali kategorija, kuriai priskiriamos lapės (Britanijoje), kojotai (JAV) ir šunys dingo (Australija). Jie laukiniai, tačiau šlaistosi apie sodybas ir namus, jie turi kai kurių naminių gyvūnų bruožų, ypač – šunų. Žmogiškasis ekvivalentas – „nusikaltėliai", tai yra „mūsų giminių" ir „kitų, svetimų" bruožų mišinys. Leachas primena, kad būdinga lapėms, kojotams ir dingo pasakose suteikti nusikalstamus vaidmenis ir atributus – jie yra tipiški vagys ir sukčiai.

Egzistuoja ir struktūrinių paralelių rinkinys tarp valgomų gyvulių ir žmonių tinkamumo vedyboms. Naminiai gyvūnai nevalgomi, šeimos nariai negali vesti, gyvuliai paprastai valgomi, o vedybų partneriai paprastai kilę iš tos pačios genties ar kaimynystės, laukiniai žvėrys valgomi tik tam tikra proga, juos užmušti gali tik „licencijuoti" žmonės „licencijuotu" laiku – visos visuomenės skiria tuos, kuriems galima ir negalima medžioti, dauguma nustatė specialius medžioklės

sezonus. Žvėriena (laukiniai valgomi gyvūnai) yra šventinis patiekalas. Taip pat ir skirtingoms gentims (tautoms) priklausančių asmenų vedybos – išskirtinis atvejis, dažnai vykstantis dėl politinės sąjungos. Skirtingų rasių atstovų vedybos mūsų visuomenėje taip pat suvokiamos kaip nenormalios. Panašiai ir gyvūnai iš anomalių kategorijų paprastai nevalgomi, kaip ir žmonės iš tokių kategorijų nelaikomi gerais vedybų partneriais.

Tai dar vienas būdingas konkretumo logikos pavyzdys, kai akivaizdžiai natūralios erdvės ir gyvūnų rūšies kategorijos panaudojamos natūralizuoti ir įteisinti pirmiausia labiau kultūrines giminystės kategorijas, o po to – išskirtinai kultūrai būdingas ir abstraktesnes tinkamumo maistui ir vedyboms kategorijas.

Ribų ritualai

Struktūralistai antropologai teigia, kad dėl ypatingos ribų tarp kategorijų reikšmės, visose visuomenėse atsirado daugybė ribų ritualų, sukurtų palengvinti jų peržengimą. Apskritai, kuo didesnės kategorijos ribos peržengiamos, tuo sudėtingesnis ir svarbesnis ritualas. Visos visuomenės turi perėjimo tarp gyvenimo ir negyvenimo ritualus, ar tai būtų mirtis ar gimimas. Panašiai perėjimas tarp viengungio ir vedusio ar tarp vaiko ir suaugusio turi sudėtingus ritualus pažymėti ir suteikti prasmę kategorijų ribų peržengimui. Mažiau sudėtingi kasdieniški pasisveikinimo ir atsisveikinimo ritualai žymi ribas tarp buvimo ir nebuvimo.

Perėjimai tarp kategorijų dažnai pažymėti anomaliais periodais – medaus mėnuo, gedulas ir budynės prie karsto, laikotarpis tarp gimimo ir krikštynų. Jie yra šventi, nes nepriklauso nė vienai iš kategorijų, jie turi paliktojo laikotarpio pėdsakų ir artėjančio ženklų. Tai periodai, padedantys visuomenės nariams prisitaikyti prie besikeičiančio asmens reikšmių, kad pokytis nebūtų toks staigus ir išmušantis iš vėžių.

Panašiai televizijoje laidos titrai, užsklandos ar kanalą identifikuojantys simboliai yra ribų ritualo formos. Jie suteikia galimybę žiūrovui prisitaikyti prie besikeičiančių žanrų, sakysim, viktorinos ir

naujienų ar naujienų ir muilo operos. Laidos vinjetė paprastai nurodo po to transliuojamos laidos kategoriją. Naujienų laidų vinjetės gerokai skiriasi nuo muilo operų, kurios savo ruožtu skiriasi nuo vaidybinio filmo. Be šių ribų ritualų skirtingų televizijos programų transliavimas būtų painesnis. Taip pat ir medaus mėnuo padeda žmonėms prisitaikyti prie naujos kategorijos – vedusios poros statuso. Laidų užsklandos gali būti laikomos ir pasisveikinimo bei atsisveikinimo ritualų ekvivalentais. Britanijoje kai kurių kategorijų ribų pažymėjimas pripažintas svarbiu dalyku ir todėl reikalaujama, kad programos ir reklama būtų aiškiai atskirtos tuščiu kadru arba simboliu. JAV tokių reikalavimų nėra, ir programos bei reklama lengvai gali susilieti. Toks žiūrovo supainiojimas, žinoma, naudingas reklamuotojui, kuris norėtų išlaikyti „savanorišką susilaikymą nuo skepticizmo", su kuriuo žiūrovas stebi kokią nors populiarią draminę laidą, ir visai nenori, kad jį pakeistų cinizmas ir ignoravimas, labiau tinkantis reklamai. Pagal pasirinkimą, kurių perėjimų ribas pažymėti, o kurių ne, galima daug ką pasakyti apie visuomenės prioritetus. Britanijoje prioritetas labiau teikiamas žiūrovui, vartotojui, JAV – reklamuotojui ar prodiuseriui.

Gamta ir kultūra

Levi-Straussas manė, kad viena iš esminių ribų, kurias visos visuomenės bando įprasminti, yra riba tarp gamtos ir kultūros. Kultūra – tai įprasminimo procesas, suteikiantis prasmę ne tik išorinei gamtai ar realybei, bet ir socialinei sistemai, kurios dalis ji yra, ir socialiniams identitetams bei kasdienei žmonių veiklai toje sistemoje. Mūsų pačių, mūsų socialinių santykių ir realybės prasmė yra to paties kultūrinio proceso rezultatas.

Bet daugelis kultūrų nepripažįsta savęs ir visuomenės bei realybės ir gamtos įprasminimo sąsajų. Jos stengiasi nustatyti aiškias ribas tarp gamtos ir kultūros, o suteikdamos prasmę akivaizdesnei kultūrinei konceptualizacijai, stengiasi vartoti reikšmes ar kategorijas, kurios jiems atrodo būdingos pačiai gamtai. Tai dvigubas, prieštaringas veiksmas: siekdamos įtvirtinti savo identitetą, kultūros atsiskiria nuo gamtos, o po to įteisina šį identitetą vėl lygindamos su

gamta ir paskelbdamos jį esant labiau „natūralų" nei kultūrinį. Gamta tuomet yra mus supanti neapdorota realybė, tačiau kadangi jos neįmanoma suvokti jos pačios terminais, tai „natūralumas" yra kultūros suteikta prasmė gamtai – natūralumas yra kultūrinis produktas, gamta yra ikikultūrinė realybė.

Savo knygoje *Žalia ir virta* (1969) Levi-Straussas analizuoja maisto ir jo gaminimo, kaip kultūrinio proceso, reikšmingumą, o po to tai išplėtoja iki metaforos, tinkančios daug platesniam kultūrinių transformacijų ratui. Maistas yra ypač stipri anomali kategorija, nes jis nuolat peržengia esmines kategorines ribas tarp gamtos ir kultūros, tarp manęs ir nemanęs, tarp vidinio ir išorinio pasaulio. Todėl ypatingos kultūrinės reikšmės momentus beveik visada žymi valgymo ceremonijas. Valgio gaminimo procesas – vienas iš svarbiausių kultūrinių procesų. Konceptualiai jis prasideda prieš bet kokią instrumentinę transformaciją, nes visos kultūros skirsto gamtą į „valgoma" ir „nevalgoma", nors, žinoma, jos apima skirtingus kiekvienos kategorijos objektus. Žmogaus skrandis sugeba suviršinti beveik viską, taigi skirtumas tarp valgomo ir nevalgomo neturi fiziologinio pagrindo, o tik kultūrinį. Šio skirtumo svarba matyti iš to, kaip dažnai kitos visuomenės kitoniškumas ir svetimumas nustatomas pagal tai, kad ji laiko valgomu, kas mums nevalgoma. Taip prancūzai anglams žinomi kaip varlių, škotai – hagio* valgytojai, arabai yra svetimi, nes valgo avies akis, aborigenai – nes valgo vikšrus.

Ši konceptuali gamtos transformacija į kultūrą (jos kategorizacija į valgoma ir nevalgoma) tampa techniniu maisto gaminimo procesu. Visos visuomenės gamina maistą, nors žmogaus skrandis gali suviršinti ir žalią. Valgio gaminimas – kultūrinė transformacija, o ne materiali būtinybė. Nuodugni Levi-Strausso valgio gaminimo sistemų analizė yra ryškus struktūrinės metodologijos pavyzdys, nors kai kur ji šiek tiek pritempta (apie jos įvertinimą žr. Leach, 1970). Bet mūsų tikslams svarbiausia skirstymas į virtą (ar keptą keptuvėje) iš vienos pusės ir skrudintą (keptą ant iešmo) – iš kitos. Šiuos būdus, kaip aukštesnius kultūrinius maisto apdorojimo lygmenis, Levi-Straussas atskiria nuo natūralesnio – pūdymo. Kitaip sakant, jis

* Patiekalas iš avies širdies, plaučių ir kitų subproduktų, sukištų į avies skrandį.

teigia, kad yra vidinis ryšys tarp kultūrinės transformacijos laipsnio ir socialinės vertės, suteikiamos pagamintam maistui. Taigi virtas maistas yra aukšto apdorojimo lygmens, nes jam reikia ir indų, ir terpės – vandens ar aliejaus. Taip pat jis „demokratiškas", nes padidina maisto kiekį. Kita vertus, skrudinimas yra „aristokratiškas" – jo metu prarandama maisto, nes jis susitraukia, ir maistas mažiau transformuojamas, nes nereikalingi nei indai, nei terpė, tik karštis. Taigi skrudintai mėsai paprastai suteikiamas aukštesnis įvertinimas, ji valgoma aukštesnę padėtį užimančių visuomenės narių ar svarbiomis progomis. Virta ar troškinta mėsa, priešingai, prasčiau vertinama, valgoma žemesnės padėties visuomenės narių (ypač moterų, invalidų, vaikų) ir yra labiau kasdieninis patiekalas. Pūdytas maistas yra aukščiausio statuso, nes jis mažiausiai transformuotas, natūraliausias. Taigi „Stiltono" sūris ir pašvinkinta žvėriena mūsų visuomenėje priklauso ypač aristokratiškam skoniui.

Detalių lygmenyje galima aptikti Levi-Strausso pateiktų vertinimų išimčių, tačiau platesne prasme tai paaiškina pagrindinę kultūrinę transformaciją ir atkreipia dėmesį į sąryšį tarp transformacijos laipsnio ir gauto produkto socialinio statuso.

Mito struktūra

Levi-Straussui mitas – tai toks pasakojimas, kuriame vyksta giluminės binarinės opozicijos sąvokų, svarbių kultūrai, kurioje mitas cirkuliuoja, specifinė vietinė transformacija. Patys veiksmingiausi ir svarbiausi mitai sumažina nerimą, nes jie liečia prieštaravimus, būdingus bet kokiai binarinių opozicijų struktūrai, ir nors jų neišsprendžia (nes tokie prieštaravimai galų gale nesuderinami), tačiau pateikia įsivaizduojamą būdą gyventi kartu su jais, susitvarkyti su jais taip, kad nebūtų per daug ardantys ir nekeltų pernelyg didelio kultūrinio susirūpinimo.

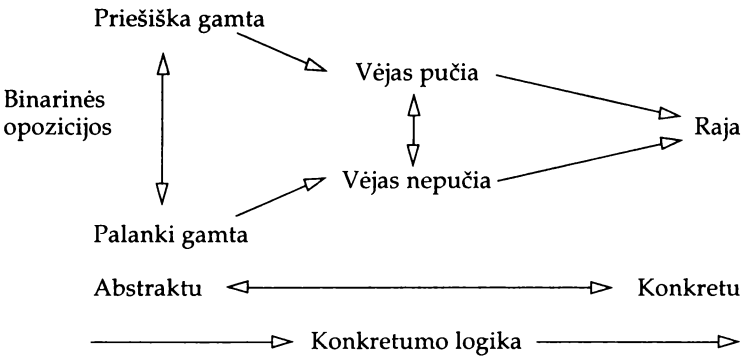
Levi-Straussas savo mitų teorijai pasitelkė tiek Freudą, tiek ir Saussure'ą. Remdamasis Saussure'u, išplėtojo jo binarinių opozicijų paradigminę struktūrą ir jo teiginį, kad kiekvieną mito pasakojimą, kuris būtinai skirsis nuo kitų pasakojimų, geriausiai tinka suvokti

kaip kalbėjimo (*paroles*) formą, konkretų giluminės struktūros (arba *kalbos*) potencialo realizavimą. Taip kaip Saussure'o sekėjas studijuoja įvairius kalbėjimus (*paroles*) (ką ir tegalima studijuoti), kad pasiektų pamatinę *kalbos* struktūrą, mitologas nagrinėja įvairias mitų versijas (juos tik taip tegalima analizuoti), kad nustatytų giluminę mito struktūrą.

Remdamasis Freudu jis išplėtoja mintį, kad mito analizė yra kultūrinis individo sapnų analizės atitikmuo. Sapnuojantysis žino, kad jis sapnuoja, bet supras tik paviršutinę sapno (dažnai absurdiško) reikšmę, jo gilioji, „tikroji" reikšmė suvokiama tik analitikui. Taip pat ir mito pasakotojas žinos tik jo paviršutinę reikšmę, „tikroji" reikšmė slypi jo giluminėje struktūroje, suvokiamoje tik analitikui. Kaip sapnai kyla iš susirūpinimo ir neišspręstų konfliktų, kurie buvo nuslopinti individo pasąmonėje, taip ir mitai kyla iš užslopinto susirūpinimo ir neišspręstų prieštaravimų, slepiamų gentinėje ar kultūrinėje pasąmonėje. Todėl mito analizė labai panaši į sapnų analizę, nors ji naudoja struktūralistinį metodą dėl sąsajų su kultūrai būdingesnėmis, o ne individualiomis reikšmėmis.

Paprastas pavyzdys padės tai geriau suprasti. Levi-Straussas perpasakoja Šiaurės Amerikos mitą, kur gyvūnai ir žmonės nebuvo aiškai atskirti. Mito piktadarys buvo Pietų Vėjas, toks stiprus ir šaltas, kad jam pučiant nebuvo įmanoma ką nors daryti. Taigi būtybės (žmonės ir gyvūnai) susitarė jį pagauti ir prisijaukinti. Medžioklė pavyko rajai (didelei, plokščiai žuviai), kuri susitarė su vėju jį paleisti su sąlyga, kad šis pūs tik tam tikromis dienomis. Taigi kiti gyviai galės ramiai sau gyventi. Šis mitas įveikia priešpriešą tarp palankių ir priešiškų gamtos jėgų. Tačiau Levi-Straussą patraukė rajos, kaip herojaus, pasirinkimas. Jis aiškina, kad materiali vėjo buvimo ir nebuvimo forma pateikiama per rają, nes žiūrint iš šono ji beveik nematoma (nebuvimas), o iš viršaus ar apačios – ji milžiniška (buvimas). Sekant „konkretumo logika", raja įkūnija palankios ir priešiškos gamtos opoziciją, vėjo buvimą ir nebuvimą ir taip tampa jų perteikėja. Mito struktūra gali būti modeliuojama (21 pav.).

Taigi pagrindinė mito reikšmė slypi ne jo naratyvinėje ar sintagminėje struktūroje. Patys persekiojimo ir medžioklės įvykiai – tai nelabai svarbios dekoracijos ir *nėra būtino reikalo* juos perpasakoti.



21 pav.

Esminė reikšmė turėtų būti aptikta paradigminiame opozicinių sąvokų ryšyje, kuris ir yra konceptualus struktūrizavimo, taigi ir realios problemos įprasminimo, būdas. Paradigminis ryšys tarp palankios ir priešiškos gamtos metaforiškai perkeliamas į atitinkamą vėjo buvimo ir nebuvimo paradigmą. Raja susieja paradigminius skirtumus ir galų gale tie skirtumai yra vienyje, nes ji – viena būtybė. Kiekvienas paradigminis pokytis – tai metaforinė transpozicija nuo abstraktaus konkretaus link, – vėjas yra gamtos palankumo ir priešiškumo, raja – konkreti vėjo buvimo ar nebuvimo metafora.

Taigi mito tyrinėtojas naudoja Saussure'o ir Freudo metodus siekdamas nustatyti visuomenei rūpimas gilumines problemas ir būdus, kaip mitai tas problemas struktūruoja, perteikia ir kaip savo nuostatas paskleidžia visuomenėje.

Masinės kultūros struktūra

Manoma, kad industrinėse visuomenėse žiniasklaida atlieka funkciją, atitinkančią mito funkciją gentinėje ar neraštingoje bendruomenėje. Taigi Levi-Strausso teorija gali būti taikoma žiniasklaidai, tiek jos informacinei, tiek ir meninei raiškai. Televizijos laidų epizodai

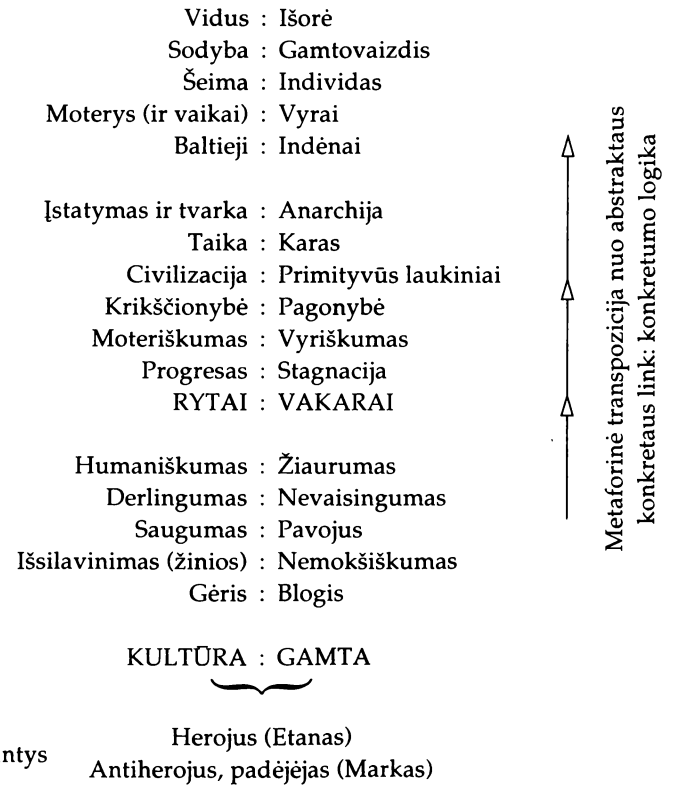
gali būti laikomi savo giluminės struktūros, arba *kalbos*, kalbėjimais (*paroles*). Taip pat galima tęsti, kad kiekvienas žanro pavyzdys laikytinas konkrečia potencialios giluminės struktūros realizacija. Taip visi vesternai bus specifiniai to paties Vakarų mito variantai, kitaip sakant, ta pati binarinių opozicinių sąvokų giluminė struktūra gali generuoti begalybę individualių vesternų. Taip pat ir televizijos laidų giluminė struktūra gali generuoti begalybę epizodų, giluminė bulvarinio laikraščio pirmojo puslapio struktūra – begalybę antraščių ir nuotraukų. Tai tas pats, kaip *kalba* gali generuoti begalybę kalbėjimų (*paroles*). Pabandykime tai panaudoti dviem šiek tiek skirtingiems atvejams, analizuodami vieną iš vesternų, *Pėdsekiai* (*The Searchers*), ir po to – bulvarinio laikraščio pirmąjį puslapį.

Pirmas pritaikymas: „Pėdsekiai"

Filmas *Pėdsekiai* prasideda vienišos sodybos Laukinių Vakarų skurdžiame kraštovaizdyje kadru. Pradiniuose kadruose vyrauja „naminiškumas", kasdieninis gyvenimas, daugiausia moterys ir vaikai. Po to pro atviras namo duris mums parodoma tolima raitelio figūra kraštovaizdžio fone. Jis priartėja, nulipa nuo arklio, sutinkamas šeimos, ir sužinome, kad tai dėdė Etanas (vaidina John Wayne), kuris buvo išvykęs prieš daugelį metų. Jis pakviečiamas į vidų ir prisėda prie vakarieniaujančios šeimos. Bevalgant tolumoje pasirodo kitas raitelis, taip pat matomas pro praviras duris, jis priartėja šuoliais ir nušoka nuo arklio labiau indėniškai nei baltųjų maniera, t.y. permeta koją per arklio sprandą, o ne pasturgalį. Jis sėda prie stalo, Etanas į jį įdėmiai spokso ir taria: „Vos nepamaniau, kad tu turi indėnų kraujo" (1980 metais tai turėjo būti nepriimtina rasistiška). Mes sužinome, kad jis yra Markas ir jo protėviai buvo čerokių genties indėnai.

Šios pirmosios filmo minutės pateikia binarinių opozicijų, kurios yra viso naratyvo (ir vesterno žanro) pagrindas, struktūrą. Toliau pasakojama apie tai, kaip indėnai puola sodybą, pagrobia jaunąją dukterį Liusi, po to jos ieško Etanas ir Markas, galų gale ją suranda ir grąžina šeimai, tada įvyksta laimingos vedybos. Pradiniai filmo kadrai pabrėžia sodybos ir apylinkių binarinę opoziciją, kuri greitai

sustiprinama, kaip konkreti transformacija abstraktesnių opozicijų tarp išsivysčiusių Rytų ir „laukinių" Vakarų, tarp baltųjų ir indėnų ir problemiškesnių opozicijų tarp moteriškumo ir vyriškumo, tarp visuomenės ir individo. Žinoma, galų gale giluminė struktūrinė opozicija yra tarp kultūros ir gamtos. Iš šios opozicijos išplaukiančios reikšmės, žinoma, priimtinos baltajai, patriarchalinei, kapitalistinei, imperialistinei, ekspansinei visuomenei, kuriai gamta yra neapdoroti ištekliai, kuriuos reikia kolonizuoti ir visiškai išnaudoti. 22 paveiksle pateikiamas šios struktūros modelis.



22 pav.

Apie šią analizę galima pasakyti keletą dalykų. Nors tai tik vieno mito tyrinėjimas, ji priklauso nuo mūsų žinių apie kitus šio žanro mitus, bent jau kategorijų palyginimo lygmenyje, nes analizė negali būti pagrįsta, jei netinka bet kuriam kitam vesterno mitui. Žinoma, kiekvienas vesterno pasakojimas nebūtinai turi turėti būdingus kiekvienos opozicijos elementus – dažnai nebūna mokytojos (išsilavinimas : nemokšiškumas), tačiau visada yra šerifas (įstatymas ir tvarka: anarchija), dažnai būna ir kunigas (krikščionybė : pagonybė).

Čia ši struktūra suskirstyta į tris verčių grupes. Pirmoji sudaryta iš konkrečių, tikrų šio pasakojimo elementų. Antrąją sudaro vertės, būdingos baltųjų patriarchaliniam kapitalizmui, konkrečią savo formą jos įgyja pirmosios grupės elementuose ir suteikia šios grupės elementams kultūrai būdingas reikšmes. Tai iš esmės leidžia konkrečioms detalėms veikti mito lygmenyje, virš konkretaus atvejo lygmens. Ši antra grupė gali būti sudaryta iš RYTŲ ir VAKARŲ reikšmių. Trečia grupė susideda iš verčių, akivaizdžiai priklausančių universaliai ir dėl to natūraliai verčių sistemai, t.y. GĖRIO : BLOGIO moralės ir būdų, kuriais ji pasireiškia konkrečiu atveju. Jos atpažįstamos iš kultūrai būdingesnių antros grupės verčių, jas natūralizuoja ir, atrodo, priskiria jas gamtai, o ne kultūrai. Žinoma, svarbu suvokti, kad trečios grupės vertės iš esmės yra būdingos kultūrai, bet joms suteiktas „gamtos" statusas, todėl galima pateikti jas taip, kad atrodytų kaip gamtos, o ne kultūros dalis.

Ši struktūra rodo, kaip faktiški naratyvo objektai ir įvykiai dvejopai susisieja su jo gilumine struktūra. Pirma, jie veikia kaip tikri ir nenuginčijami abstraktesnių ir sudėtingesnių kultūros sąvokų pavyzdžiai, jie abstraktų grindžia konkrečiu, kultūrą – gamta. Antra, jiems patiems suteikiama reikšmė dėl jų ryšio su abstrakčių ir plačių kultūros kategorijų giluminėmis struktūromis: jie perkeliami iš atsitiktinumo į struktūruotą, iš bereikšmio į reikšmingą būvį. Mes žinome, ką naratyvo objektai, žmonės, įvykiai *reiškia* (kad ir nesąmoningai), ir patiriame pasitenkinimą naratyvu labiausiai dėl to, kad suvokiame struktūrą (kartu ir reikšmių sistemą), į kurią jie yra įterpti. Taigi vyksta nuolatinis judėjimas struktūra abiem kryptimis, aukštyn ir žemyn, tarp konkretaus ir abstraktaus, tarp paviršiaus ir gilumos, kaip tai yra būdinga visiems mitų naratyvams.

Tačiau ir šioje struktūroje yra problemų. Kultūra, kilniaširdiškai priėmusi kairiosios diagramos pusės vertes ir visai atmetusi dešiniosios, atrodytų sterili ir nuobodi ir neturėtų akstino vystytis. Paprastas pavyzdys – kapitalizmas grindžiamas rizika, jis neveiks, jei žmonės visą laiką stengsis būti saugūs. Taip pat ir konkurencija reikalauja būti šiek tiek žiauriam, atsisakyti užuojautos pralaimėjusiam. Naratyve indėnai yra žiauresni nei baltieji, bet realiai baltųjų visuomenė dėl savo rasinio imperializmo buvo daug žiauresnė indėnams nei atvirkščiai. Struktūros paprastumo problemos ryškiausiai susitelkia apie „vyriškumo" ir „individo" kategorijas.

Iš karto matyti prieštaravimas, nes čia vyriškumas ir individualumas atsiduria neigiamoje struktūros pusėje, tuo tarpu patriarchalinėje, buržuazinėje, kapitalistinėje kultūroje jie turėtų būti teigiamoje. Bet, žinoma, neigiamos struktūros pusės vertės nėra tokios griežtai neigiamos, kaip ir kitos pusės – teigiamos. Vyriškumo ir individualumo sąvokoms reikia šiek tiek laukiniškumo, grubumo, gamtos amoralumo: jei civilizacijos, socialumo per daug, galima subukėti ir sumoteriškėti. Taigi, nors moters vaidmuo vesterne tipiškai susijęs su socializacija ar vyriškumo slopinimu, jis niekada nelaikomas besąlygiškai geru ar pozityviu. Iš čia kyla anomalaus vesterno herojaus, tokio kaip suvaidintas Johno Wayne'o, poreikis. Šis herojus suderina daugelį verčių iš priešingų struktūros pusių. Jis individas, veikiantis visuomenės pusėje (bet visada vienišas grįžta atgal į gamtą, kai su visais atsiskaito), iš laukų jis ateina į namus, bet vėliau, naratyvo pabaigoje, grįžta į gamtą ir saulėlydį. Gamtoje jis jaučiasi kaip indėnas namie. Jis kartu laukinis ir civilizuotas, primityvus ir išsivystęs, „indėnas" ir „baltasis". Herojui naratyve sekasi ir jis yra mitiškai galingas, nes semiasi semiotinės stiprybės iš abiejų struktūros pusių. Herojus yra gamtos ir kultūros prieštaravimų tarpininkas, jis jų neišsprendžia, nes galų gale jie nesutaikomi, bet įkūnija tinkamiausią konkrečiai visuomenei ir laikui būdą, kaip juos suvaldyti ir struktūruoti. Johnas Wayne'as yra šeštojo ir septintojo dešimtmečių prieštaravimų tarpininkas, kaip ir šiek tiek kitoks Clintas Eastwoodas ciniškesniu aštuntuoju ir devintuoju dešimtmečiais. Vesterno herojaus pokyčiai yra dalis progreso, imperializmo, kapitalizmo, gėrio ir blogio reikšmių pokyčių visuomenėje.

Antras pritaikymas: savaitraščio „Weekly World News" (Pasaulio naujienos) mitinė struktūra

Dažnai Levi-Straussas ima aiškiai neturinčių tarpusavio ryšių genčių mitus ir parodo, kad jų pagrindą sudaro ta pati giluminė struktūra. Jo išvada ne ta, kad mitai lengvai keliauja ir gentys skolinasi mitus vienos iš kitų, bet kad bendras nerimas ir klausimai apie kultūros ir gamtos, žmonių ir dievų, mirties ir gyvenimo, jų ir mūsų bei pan. sąsajas turi sukurti bendrus giliai struktūruotus binarinių opozicijų rinkinius, kurie skiriasi tik išoriškai. Taigi teorija ir metodologija siekia atskleisti organizuojantį vienį, slypintį po matomais skirtumais.

Savaitraščio *Weekly World News* (8 iliustracija) pirmasis puslapis iš pirmo žvilgsnio atrodo kaip tarpusavyje nesusijusių pasakojimų rinkinys, tačiau įdėmesnis žvilgsnis atskleidžia slypinčią giluminę struktūrą. Jau du pirmieji straipsnių pavadinimai leidžia taip manyti. Mokslinis sielos ir gyvenimo po mirties įrodymas struktūriškai panašus į Elviso portreto ašaras – jie turi bendrą giluminę binarinę GYVENIMAS : MIRTIS opoziciją ir kultūrai būdingesnes, todėl paviršutiniškesnes opozicijas, į kurias tai transformuojama. Tos opozicijos – mokslas : religija, racionalumas : iracionalumas, kasdieniška : stebuklinga, krikščionybė : pagonybė ir gamtiška : antgamtiška. Ši preliminari analizė atskleidžia keletą įdomių dalykų. Pirmasis – šios opozicijos panaudotos suabejoti ir išklibinti vyraujančias socialines vertybes, o ne jas paremti. Tokioje racionalistinėje, tačiau atvirai krikščioniškoje visuomenėje, kaip mūsiškė, mokslo ir religijos sąsajos yra pavojingos, mūsų visuomenė stengiasi išlaikyti atstumą tarp šių sričių, tačiau kai tarp jų kyla konfliktas, mokslui suteikiama didesnė vertė – pavyzdžiui, ginčai dėl sutvėrimo ar evoliucijos arba religijos draudimai perpilti kraują ar taikyti medicininį gydymą. Tačiau šiuose pasakojimuose mums siūloma patikėti patirtimi ir paaiškinimais, kurie yra už mokslo sugebėjimo pateikti „tikrus", „teisingus" faktus ribų, „tiesa", žinoma, yra socialinis darinys ir jos pateikimas bei cirkuliavimas yra svarbiausias galios visuomenėje pasireiškimas. Mokslinės tiesos nebūtinai yra „geresnės" nei religinės, bet jos yra socialiai galingesnės ir sulaukia didesnio pritarimo.

8 iliustracija. *Weekly World News*

Mokslas paprastai atsisako pripažinti sielos egzistavimą, taip kaip ir „tiesą", kad paveikslai gali verkti. Šie pasakojimai prieštarauja vyraujančioms normoms: vienas mums siūlo palaikyti „anormalų" mokslą (ir krikščionybę) paneigiant normalų mokslą, o kitas – pagonišką prietarą prieš krikščionybę. Kiekviename pasakojime palaikoma neoficialių ar mažiau galingų „žinių" pusė. Faktas, kad krikščionybė keičia puses (ji ne tokia socialiai galinga kaip mokslas, tačiau pajėgesnė už pagonybę), nėra svarbus. Struktūrinis santykis tarp labiau ar mažiau teisėtų „tiesų" lieka tas pats, o tai ir svarbu struktūralizmui. Kiekvienas elementas gali sistemoje pakeisti savo vietą kitų, susijusių elementų atžvilgiu, nesuardydamas sistemos struktūros. Taigi „krikščionybė" gali pereiti iš mažiau socialiai galingos (palyginti su mokslu) į socialiai galingesnę (palyginti su pagonybe). Pasakojimas apie Elviso portreto ašaras prieštarauja krikščionybei, nes krikščionybė teigia tiesą, kad tokie „stebuklai" paklūsta Dievui, Kristui ir šventiesiems – tai tos kategorijos, kurios paprastai neapima pop žvaigždžių.

Pasakojimai apie minties galia pakeistą upės tėkmę ir apie galimus mūsų protėvius – ateivius turi tą pačią struktūrą: normalumas prieš nenormalumą, moksliniai įrodymai prieš tai, kas nepaaiškinama. Taip pat, gal ne taip akivaizdžiai, veikia ir pasakojimas apie „neištikimą vyrelį", nes čia protas ir mokslas įsikūnija tikimybės dėsniuose, tuo tarpu atsitiktinumas ir sutapimas priklauso nepaaiškinamai sistemai, esančiai už racionalumo ribų.

Dvi kasdieniškesnės istorijos (mamulė, išgelbėjusi savo dukterėčią, ir iki mirties nusiplaukiojusi mergaitė) taip pat susijusios su gyvenimu ir mirtimi, tik fiziniame, o ne dvasiniame lygmenyje, bei su socialinėmis normomis. Kiekviena jų laikoma anormalia. Ginklą besinešiojinti mamulė, išgelbstinti savo dukterėčią nuo pagrobėjų, apverčia socialines vyriškumo ir moteriškumo, viešumo (ar oficialumo) ir privatumo (ar individualumo) normas. Ji atlieka funkcijas, paprastai priskirtas vyrams ir policijai, ji yra dvigubai bejėgė (nes yra moteris ir privatus asmuo), tačiau įveikia socialines normas. Pirmas pasakojimas išreiškia abejones socialinėmis normomis jas apversdamas, antrasis – jas perviršydamas. Oficialiai sportas skatinamas, nes palaiko socialiai siektinas vertybes. Taigi istorija apie tai, kad labai stengiantis (sporte ar darbe) peržengiama norma ir net gali ištikti mirtis, verčia suabejoti

tomis vertybėmis. Straipsnyje pasakojama, kad mergaitė trenerio skatinama per daug treniravosi. Čia įžvelgiamos paralelės su per daug dirbančiu savo bosui darbininku. Jei kas nors perviršijama, visada suabejojama to, kas perviršyta, normalumu. Visas pirmasis puslapis yra susijęs su perviršijimu, ir šis nesaikingumas sukelia malonų skepticizmą. Mūsų nepasitikėjimas „oficialia" patirtimi ir paaiškinimais apima ir pačias *Pasaulio naujienas* – mes taip pat skeptiški šių straipsnių atžvilgiu, kaip ir pateiktų socialinių normų atžvilgiu.

Šis puslapis atlieka ir mito funkciją nūdienos Amerikos nepatenkintiems ir neįtakingiesiems. Jų socialinės normos ir vertybės įsitvirtina tokiose veiksmingose sąvokose, kaip mokslas, protas bei gamtiškumas. Čia joms iššūkį meta mažiau įteisintos vertės, kurios patraukia žmones jau vien dėl to, kad siūlo suabejoti jiems nepalankia socialine sistema. Vienas iš būdų susidoroti su nepalankia socialine sistema yra netikėjimas, bendras skepticizmas, kai į viską žiūrima šiek tiek su humoru. Mitinė struktūra, sudaranti skirtingų pirmojo puslapio straipsnių pagrindą, pateikiama 23 paveiksle.

Mokslas	:	Religija
Racionalumas	:	Iracionalumas
Paaiškinama	:	Nepaaiškinama
Krikščionybė	:	Pagonybė
Žemiška	:	Stebuklinga
Gamtiška	:	Antgamtiška
Fiziška	:	Psichiška
Tikimybė	:	Atsitiktinumas
Nesaikingumas	:	Pastangos (normalios)
Vyriškumas	:	Moteriškumas
Vieša	:	Privatu
Oficialu	:	Individualu
Pajėgu	:	Silpna
Kultūra, visuomenė	:	Gamta
Mirtis	:	Gyvenimas

23 pav.

Politinė ir socialinė šios struktūros prasmė yra santykis tarp giluminių „universalių" opozicijų KULTŪRA : GAMTA ir MIRTIS : GYVENIMAS bei socialiai ir istoriškai specifinių opozicijų, į kurias jos transformuojamos. Šis santykis yra priešingas tam, kurio tikimasi, nes pozityvios GAMTOS ir GYVENIMO sąvokos yra susiejamos su silpnaisiais ir socialiai nuskriaustaisiais. Jiems nepalanki socialinė sistema pateikiama kaip nenatūrali ir netinkama, o jos paniekintos vertės pateikiamos kaip pozityvesnės ir tikresnės, nes jos yra arčiau tos gamtos prasmės, kurią mūsų visuomenė neigia mokslo vardu.

Mitai ir socialinės vertybės

Taip analizuodami savaitraštį *Weekly World News*, pastūmėjam Levi-Strausso idėjas link srities, kurios dar nedrįsome paliesti – socialinių skirtumų, ypač klasinių (nors ne vien jų). Jie svarbesni Barthes'o mitų teorijoms, nors mūsų analizė prieštarauja Barthes'o pagrindiniam mito apibrėžimui, kur teigiama, kad kapitalistinėje visuomenėje, su nedidelėmis išimtimis, mitas palaiko ir tarnauja dominuojančios klasės interesams.

Barthes'o ir Levi-Strausso mitų teorijos daugeliu aspektų yra diametraliai priešingos. Levi-Straussui mitas yra naratyvas, kuris pripažįstamas mitu, net jei jo reikšmės nėra sąmoningai teigiamos jį vartojančių žmonių. Barthes'ui mitas yra asocijuotų sąvokų grandinė. Žmonės gali puikiai suvokti šios grandinės reikšmes, bet ne jos mitinį pobūdį. Pagal Barthes'ą, mitas slepia savo veikimą ir pateikia savo reikšmes kaip natūralias. Levi-Straussui jo veikimas yra atviras, o reikšmės paslėptos.

Pagal Barthes'ą, mitas turi klasinį pagrindą, jo reikšmės yra sukurtos socialiai dominuojančiųjų ir jiems tarnauja, tačiau jos yra priimtinos ir pavaldiesiems, net jei prieštarauja jų interesams, nes yra „natūralizuotos". Levi-Straussas mano, kad mitas susijęs su nerimu ir problemomis, liečiančiomis visą visuomenę ir net visą žmonių rasę. Tai, kad jis neigia klasinius skirtumus, gali būti paaiškinama jo naudota medžiaga, t.y. gentinių visuomenių mitais, tuo tarpu Barthes'as domėjosi dvidešimto amžiaus pabaigos kapitalistinės visuomenės mitais.

Abu teoretikai laiko mitą kalbos forma, reikšmių cirkuliavimo visuomenėje būdu, tačiau ir čia yra skirtumų. Barthes'as mano, kad kalba priklauso nuo dominuojančios klasės, o lingvistiniai resursai ne ką tolygiau pasiskirstę nei ekonominiai. Jis skiria vienodai dėmesio ir kalbėjimui (*parole*) ir kalbai (*langue*), nes jam rūpi tiek kalbos vartojimas, tiek abstraktus jos sistemos potencialas. Tuo tarpu Levi-Straussą labiau domina sistemos, kuriomis kalba struktūruoja visą mūsų mąstymą ir reikšmes. Jo idėjos artimesnės Saussure'ui, nes jis laiko istoriją ir socialinę specifiką išoriniu, taigi ir mažiau svarbiu dalyku nei neistorinė, universali pačios sistemos prigimtis. Barthes'as laiko tai savaime suprantama ir sutelkia savo dėmesį į istorinį ir socialinį tos sistemos pritaikymą. Levi-Straussas savo argumentus grindžia žmogaus smegenų struktūra, Barthes'as – kapitalistinės visuomenės struktūra. Bet nė vienas iš jų nesidomėjo lyčių ir rasinių skirtumų politika.

Savaitraščio *Weekly World News* analizė atskleidžia pavaldžiųjų mitą, taigi praplečia ir Levi-Strausso bei Barthes'o teorijas. Ji taip pat parodo, kad subordinacija (pavaldumas) yra susijusi ir su lytimi, ir su klase. Nagrinėjant šiuos pasakojimus iki galo, tas ryšys stiprėja. Treneris, privedęs plaukikę iki mirties, buvo vyras, moteris pamatė ašaras ant Elviso portreto. Kapitalistinės visuomenės – dar ir patriarchalinės; vyrai gali naudotis ir ekonomine, ir lyties galia. Skaitydami šį mitą, perskaitom socialines vertes, bet šios vertės ne visiems visuomenės nariams yra vienodos, todėl patriarchalinėse kapitalistinėse visuomenėse mitologas tyrinėja, kokį vaidmenį dalijantis galias visuomenėje atlieka reikšmės, o galios turi ir klasinį, ir lyties pagrindą.

Struktūralizmas moko mus įžvelgti gilumines struktūras, slypinčias visose kultūrinėse ir komunikacinėse sistemose. Jis leidžia pamatyti, kad įvairios socialinės ir kultūrinės sistemos, naudojamos mūsų gyvenimui organizuoti ir įprasminti, nėra atsitiktinės ar nesusietos, jos atitinka viena kitą. (Patriarchalinio kapitalizmo sistema atitinka filmo *Pėdsekiai* struktūrą – vesterno žanrą, kaip atitinka ir savaitraščio *Weekly World News* struktūrą.) Todėl komunikacija (t.y. socialinis reikšmių kūrimas ir jų cirkuliacija) yra kiekvienos visuomenės centre. Kalba, mitai ir simbolių sistemos yra struktūralistų dėmesio centre, nes suteikia unikalią galimybę suprasti, kaip pati visuomenė organizuojasi, o jos nariai suvokia save ir savo socialinę patirtį.

8
Empiriniai metodai

Apibrėžėme pagrindines semiotikos ir struktūralizmo teorijas ir iliustravome jų taikymą. Semiotika iš esmės yra teorinis požiūris į komunikaciją, nes jos tikslas – nustatyti plačiai taikomus principus. Ji domisi tuo, kaip komunikacija veikia, kalbos ir kultūros sistemomis, o ypač semiotinių sistemų, kultūros ir realybės struktūriniais santykiais.

Todėl ją galima kritikuoti kaip per daug teorinę, per daug spekuliatyvią ir teigti, kad semiotikai nesistengia įrodyti ar paneigti savo teorijų objektyviais, moksliniais metodais. Ją galima kritikuoti ir remiantis tuo, kad teorijas grindžiantys ar iliustruojantys įrodymai yra pasirinkti sąmoningai. Kritikai sakytų, kad aš parinkau 6 skyriaus pavyzdžius tendencingai, nes jie itin aiškiai iliustruoja mano dėstomas teorijas. O be to, kaip sužinoti, kad mano aptarti skaitymo būdai iš tikrųjų vartojami? Ar galiu būti tikras, kad pasiūliau daugiau negu savo subjektyvius ir dėl to galbūt idiosinkrazinius iškodavimo variantus?

Empirizmas

Šie kritikai įrodinėtų, kad semiotikai neturi empiriškai patvirtintų įrodymų, kuriais galėtų grįsti savo teoriją. Empirizmo tikslai tokie: surinkti ir klasifikuoti objektyvius faktus ir duomenis apie pasaulį; kurti jį aiškinančias hipotezes; kiek įmanoma, pašalinti žmogiškąjį elementą, arba šališkumą, iš šio proceso; surasti eksperimentinių metodų, patikrinančių ir įrodančių (ar paneigiančių) šių duomenų ir hipotezių patikimumą.

Empirizmas iš esmės skiriasi nuo semiotikos tuo, kad:

a) yra deduktyvus, o ne induktyvus;

b) daro prielaidą, kad egzistuoja universali, objektyvi tikrovė, kurią galima tirti;

c) daro prielaidą, kad žmonės gali sukurti objektyvius šios tikrovės tyrimo metodus;

d) daro prielaidą, kad tikrovę aiškinančias hipotezes galima įrodyti arba paneigti.

Kitaip sakant, tai puikiai dera prie sveiku protu ir gamtos mokslais grindžiamo pasaulio vaizdo, būdingo mūsų vakarietiškai technologinei ir materialistinei visuomenei. Nenorime čia gilintis į dedukcinio empirinio ir indukcinio teorinio tikrovės pažinimo būdų santykinius privalumus. Šiame skyriuje norima parodyti, kaip taikomi kai kurie empiriniai metodai toms sritims, kurias apima semiotika ir kurios aptartos keliuose ankstesniuose skyriuose. Pirmasis iš jų yra turinio analizė.

Turinio analizė

Turinio analizė (angl. *content analysis*) – tai metodas, kuriuo siekiama išskirti objektyvų, matuojamą, patikrinamą akivaizdaus pranešimų turinio kiekį. Šiuo metodu analizuojamas denotacinis reikšmės lygmuo. Geriausiai turinio analizę taikyti dideliu mastu: kuo daugiau ji apima, tuo yra tikslesnė. Ji atliekama nustatant ir skaičiuojant pasirenkamus komunikacijos sistemos vienetus: tai yra, jei stebėsime visus televizijos vaidybinius filmus (dramas) tam tikrą laiką ir suskaičiuosime vyrų ir moterų vaidmenis, sužinosime, kad vyrai vaizduojami mažiausiai du kartus dažniau negu moterys. Tai yra turinio analizė. Skaičiuojami vienetai, kuriuos nori tyrinėti mokslininkas, gali būti bet kokie. Vienintelis kriterijus, kad statistinės analizės metodai būtų patikimi, – vienetai turi būti aiškiai išskiriami ir kartotis pakankamai dažnai.

Kennedy ir Nixonas

Žodžiai yra dažnai skaičiuojami. Paisley (1967) skaičiavo, kiek kartų Kennedy ir Nixonas vartojo tam tikrus žodžius keturiuose televizijos debatuose per 1960 metų rinkimus. Tai, kaip jie vartojo žodžius „sutartis" (angl. *treaty*), „puolimas" (angl. *attack*) ir „karas" (angl. *war*), atskleidė įdomius skirtumus. 2 lentelėje pateikti duomenys leidžia daryti išvadą, kad Nixono nuomonė buvo karingesnė, o Kennedy taikingesnė.

Turinio analizė negali būti atrankinė: ji turi apimti visą pranešimų sistemą arba tinkamai sudarytą imtį. Ji akivaizdžiai skiriasi nuo literatūrinės tekstinės analizės formų, kai atrenkamos tam tikros pranešimų dalys, kurios specialiai studijuojamos, o į kitas nekreipiama dėmesio. Turinio analizė pretenduoja į mokslinį objektyvumą.

2 lentelė. *Kennedy ir Nixonas: žodžių vartojimo dažnumas (2500 žodžių apimties tekste)*

Žodžiai	Kennedy	Nixonas
Sutartis	14	4
Puolimas	6	12
Karas	12	18

Moterys televizijoje

Turinio analizė gali būti naudinga tikrinant subjektyvesnius, atrankinius būdus, kuriais paprastai gauname pranešimus. Pavyzdžiui, galime *jausti*, kad moterys neteisingai vaizduojamos televizijoje. Turinio analizė leidžia tai objektyviai patikrinti.

Seggaras ir Wheeleris (1973) studijavo darbo stereotipus Amerikos televizijos meninėse laidose ir nustatė, kad moterų vaizduojama darbo sfera siauresnė negu vyrų (žr. 3 lentelę).

Dominick ir Rauch (1972) tokius pat darbo, profesijos stereotipus nustatė tyrinėdamos reklaminius skelbimus. Juose vaizduojami darbai

skyrėsi, bet panašu buvo tai, kad moterims darbų pasirinkimas buvo daug ribotesnis negu vyrams (žr. 4 lentelę). Jos taip pat nustatė, kad moterys reklaminiuose skelbimuose iš esmės buvo pririštos prie namų. Namuose jos buvo vaizduojamos du kartus dažniau negu gatvėje ir 5 kartus dažniau negu darbo aplinkoje. Ne namie jos buvo vaizduojamos 19 proc. skelbimų, o vyrai – 44 proc. skelbimų.

3 lentelė. *Penkios Amerikos televizijoje dažniausiai vaizduojamos profesijos pagal rasę ir lytį*

Vyrų profesijos	%	Moterų profesijos	%
	Juodieji		
(N = 95)		(N= 20)	
Valstybės diplomatas	18,9	Slaugė	30,0
Muzikas	13,7	Aktorė ar šokėja	15,0
Policininkas	9,5	Muzikė	5,0
Sargybinis	9,5	Valstybės diplomatė	5,0
Kariškis	5,3	Advokatė	5,0
		Sekretorė	5,0
Iš viso:	56,9	Iš viso:	65,0
	Britai		
(N = 104)		(N = 17)	
Sargybinis	13,5	Slaugė	41,2
Muzikas	11,5	Sekretorė	11,8
Padavėjas	7,7	Kambarinė	5,9
Gydytojas	4,8	Valstybės diplomatė	5,9
Kariškis	4,8	Aktorė	5,9
Iš viso:	42,3	Iš viso:	70,7
	Baltieji amerikiečiai		
(N = 1112)		(N = 260)	
Gydytojas	7,6	Sekretorė	15,4
Policininkas	7,6	Slaugė	15,0
Muzikas	4,8	Aktorė	8,1
Kariškis	4,6	Kambarinė	6,5
Valstybės diplomatas	4,5	Modelis	5,0
Iš viso:	29,1	Iš viso:	50,0

Pastaba: N – tirtų pavyzdžių skaičius

Gerbneris ir Grossas (1978) nustatė, kad televizijos filmuose moterys kur kas dažniau negu vyrai turi šeimą, o jų pagrindinis vaidmuo yra romantinio ar seksualaus pobūdžio. Jie, pavyzdžiui, nustatė, kad:

- vienas iš trijų pagrindinių vaidmenų vyrų yra vedęs arba ketina vesti;
- dvi iš trijų pagrindinių vaidmenų moterų yra ištekėjusios arba ketina tekėti;
- vienas iš penkių vyrų yra lytiniam gyvenimui tinkamo amžiaus;
- viena iš dviejų moterų yra lytiniam gyvenimui tinkamo amžiaus.

Galbūt paradoksalu, bet turinio analizę galima naudoti ne tik turinio, bet ir formos tyrimui. Pavyzdžiui, Welch ir kt. (1979) palygino televizijos reklamų apie žaislus berniukams ir mergaitėms stilių. Jie nustatė, kad reklama berniukams yra „aktyvesnė", joje daugiau montažinių kadrų ir kartu daugiau filmo kadrų per 30 sekundžių, o

4 lentelė. *Vyrų ir moterų užsiėmimai televizijos reklamose*

Moterų (N=230)	%	Vyrų (N=155)	%
Namų šeimininkė, mama	56	Vyras, tėvas	14
Stiuardesė	8	Profesionalus sportininkas	12
Modelis	7	Garsenybė	8
Garsenybė, šokėja, dainininkė	5	Statybininkas	7
Virėja, kambarinė, tarnaitė	3	Prekybininkas	6
Sekretorė, tarnautoja	3	Verslininkas	6
		Pilotas	6
		Nusikaltėlis	5
		Mechanikas	3
		Advokatas	3
		Radijo ar TV vedantysis	3
Kiti darbai, surinkę mažiau negu 5 proc.	18	Kiti darbai, surinkę mažiau negu 5 proc.	27

kiekvienas kadras dažniau vaizdavo aktyvų judesį. Jie padarė išvadą, kad net reklamos stilius padėjo diegti berniukams aktyvesnę, o mergaitėms pasyvesnę, statišką nuostatą.

Šie pavyzdžiai rodo, kad turinio analizės svarba labai priklauso nuo skaičiuojamų elementų pasirinkimo, ir juos reikia ne tik skaičiuoti, bet ir lyginti.

Lyčių vaizdavimo turinio analizė pasirinkta tik kaip patogus pavyzdys. Skaičiuojamų elementų įvairovė yra begalinė. Pavyzdžiui, Dallasas Smythe'as (1953) nustatė, kad televizijos filmuose retai vaizduojami labai seni (per 60 metų amžiaus) ir labai jauni (nesulaukę 20 metų) žmonės. Jis nustatė, kad labai dažnai vaizduojami viduriniosios ir labai retai darbininkų klasės atstovai. De Fleuro darbai (1964) patvirtino šiuos duomenis. Sidney Headas (1954) nustatė, kad televizijos filmuose 68 proc. dalyvių buvo vyrai ir tik 15 proc. iš jų priklausė žemesniajai klasei. Jis palygino nusikalstamumą televizijos pasaulyje bei visuomenėje ir nustatė, kad televizijos pasaulyje žmogžudystės sudaro 14 proc. nusikaltimų, o gyvenime tik 0,65 proc. nusikaltimų. Išprievartavimas tikrovėje dažnesnis negu žmogžudystė, bet televizijos filmuose jis niekada nevaizduojamas. Gerbneris (1970) taip pat nustatė skirtumus tarp nusikaltimų tikrovėje ir televizijos ekrane: pavyzdžiui, televizijoje smurtauja nepažįstami žmonės dėl naudos, valdžios ar iš pareigos, tuo tarpu iš tikrųjų nusikaltimus daro artimieji iš pykčio, nusivylimo ar keršto.

Streikai ir žiniasklaida

„Glasgow Media Group" (Glazgo masinės komunikacijos tyrimų grupė) (1976, 1980) išanalizavo, kaip televizija pateikia pramonės naujienas. Vienas iš įdomiausių jų atradimų buvo neproporcingai daug pranešimų apie streikus automobilių pramonėje, transporte, viešojoje administracijoje ir atitinkamai mažai pranešimų apie streikus mašinų gamyboje (žr. 5 lentelę).

Prieš aptardami šiuos skaičius, turime panagrinėti vieną paprastą ir akivaizdžią priežastį. Gal tokia reportažų struktūra tiesiog atspindėjo tikrovės proporcijas, kitaip sakant, ar vienose pramonės šakose iš tikrųjų vyko daugiau streikų negu kitose? 6 lentelė rodo, kad taip nebuvo.

5 lentelė. *Darbo ginčų pateikimo televizijoje pagrindinės sritys procentais nuo visų pranešimų apie darbo ginčus (1975 m. sausis – gegužė)*

Pramonės šaka	Procentas nuo visų pranešimų
Automobilių pramonė	28,0
Transportas	27,0
Viešoji administracija	22,2
Iš viso:	77,2
Mašinų gamyba	5,3
n = 805	

Lentelėje pateikti skaičiai tik apie svarbiausius darbo ginčus. Glazgo tyrimų grupė nustatė, kad darbo nutraukimo, prarastų darbo dienų ir streikuose dalyvaujančių darbininkų skaičiai trijose pramonės šakose taip pat buvo atskleisti neproporcingai.

6 lentelė. *Svarbesni darbo ginčai, lyginant su televizijos pranešimais*

Pramonė	Darbo departamento užregistruotų streikų skaičius	TV biuleteniuose pranėštų streikų skaičius
Mašinų gamyba	6	1
Laivų statyba	1	-
Automobilių pramonė	7	5
Kitos pramonės šakos	1	-
Transportas ir ryšiai	2	2
Įvairūs	1	1
Viešoji administracija	2	2
Iš viso:	20	11

7 lentelėje panaudotas kitas metodas. Joje Darbo departamento statistikos duomenys lyginami su Press Association (Naujienų agentūros) pranešimais (t.y. su tuo, kas buvo prieinama spaudai ir televizijai) ir su tuo, kas buvo skelbta spaudoje ir televizijoje.

Turinio analizė atskleidžia, kad žiniasklaida iškreipia tikrovę, ir televizijos naujienos tai daro dažniau negu spauda, net jeigu abi priemonės atitinkamiems pranešimams teikia tą pačią svarbą. Tačiau turinio analizė negali padaryti vieno dalyko – atsakyti į klausimą „kodėl?" Ji nedrįsta spręsti, ar šis vaizdas atspindi britų auditorijos simpatijas automobiliams ir vietos valdžiai, ar redaktorių įsitikinimą, kad tokie santykiai iš tiesų yra, o gal tik besąlygišką ištikimybę žurnalistinei tradicijai, teigiančiai, kad apie kai kurias sritis yra „žinių", o apie kitas – ne.

Futbolas televizijoje

Filmai, naujienos, kasdieniai reikalai – visus juos sudaro aiškūs skaičiuojami elementai. Futbolas televizijoje atrodytų mažiau tinkamas

7 lentelė. *Tam tikrų ekonomikos sektorių pateikimas spaudoje ir televizijoje*

Sektorius	Darbo departamentas. Prarastos darbo dienos		Darbo departamentas. Dalyvaujantys darbininkai		Naujienų agentūra. Ginčai		Spauda. Ginčai		TV. Ginčai	
	Vieta	%	Vieta	%	Vieta	%	Vieta	%	Vieta	%
Sausis										
Automobiliai	3	10,1	2	18,76	2	27	1	33,4	1	41,5
Transportas	5	7,8	1	24,7	3	11	3	21,5	3	7,5
Viešoji adm.	6	6,5	7	3,0	1	29	2	17	2	24,1
Vasaris										
Automobiliai	1	18,4	1	23,1	3	17,3	3	16,4	2	19,3
Viešoji adm.	3	15,1	7	5,7	2	37,3	2	17,6	3	13,4
Transportas	5	7,0	3	11,5	1	4,0	1	51	1	60,5

tirti šiuo metodu, bet Charlesas Barras (1975) gavo įdomių rezultatų, lygindamas 1974 metų Pasaulio taurės Vakarų Vokietijos televizijos laidų stilių su BBC laida „Dienos varžybos" (*Match of the Day*). Jis nusprendė skaičiuoti stambaus plano kadrų intarpus į pagrindinį platesnį kadrą, apimantį maždaug aštuntadalį aikštės. Vidutinis laikas, per kurį buvo užregistruota 50 kadrų:

Vakarų Vokietijos televizija	12 min. 45 sek.
BBC „Dienos varžybos"	6 min. 57 sek.

Skirtumą galima buvo aiškinti tuo, kad „Dienos varžybos" – tai redaguotas pagrindinių momentų vaizdo įrašas, o jie dažniausiai filmuojami iš arti. Ši hipotezė leidžia manyti, kad ramesnis žaidimas aikštės viduryje filmuojamas bendru planu, o prie vartų vykstantys susidūrimai, smūgiai, ginčai, kampiniai ir pan. rodomi iš arti. Norėdamas tai patikrinti, Barras atliko stambiu planu filmuotų kadrų turinio analizę. Jis išstudijavo 25 stambiu planu filmuotus kadrus iš visų trijų per Vakarų Vokietijos televiziją transliuotų rungtynių ir iš dviejų „Dienos varžybų" laidų, kad nustatytų, kada filmuojama stambiu planu: kai žaidimas vyksta, ar kamuolys nežaidžiamas. Rezultatai pateikiami 8 lentelėje.

Atidesnė analizė parodė, kad skirtumas dar žymesnis. Vienose Vakarų Vokietijos televizijos rodytose varžybose iš devynių paeiliui žaidimo su kamuoliu stambių planų tik viename figūravo žaidėjas, besivarantis kamuolį dramatiškoje situacijoje, penkiuose buvo vartininkas su kamuoliu, viename parodytas žaidėjas, kurio spirtas į vartus kamuolys buvo sulaikytas, viename – žaidėjas, dengiantis į užribį riedantį kamuolį, ir paskutiniajame – žaidėjas, kuriam bus

8 lentelė. *Stambaus plano naudojimas televizijos laidose apie futbolą*

	Stambus planas (iš 25 stambaus plano kadrų)	
	žaidimas vyksta	kamuolys nežaidžiamas
Vakarų Vokietijos televizija	7	18
BBC „Dienos varžybos"	16,5	8,5

skiriama bauda. Britų televizija stambiu planu, priešingai, dažniausiai rodo žaidėjus, besivarančius kamuolį dramatiškose situacijose.

Daugelio turinio analizės pavyzdžių trūkumas yra tas, kad kyla noras paklausti: „O kas iš to?" Ar šie skirtumai tokie reikšmingi, o jeigu taip, tai kodėl? Ar skiriasi auditorijos? Galbūt britų auditorija mažiau nutuokia apie futbolą ir reikalauja, kad redaktorius ir operatorius dramatizuotų žaidimą. Barras cituoja Alecą Weekesą, „Dienos varžybų" prodiuserį: „Ką sakyti apie veiksmo pakartojimo ir kitų specialių kadrų naudojimą? Iš tikrųjų jie skiriami mamytėms ir dukrytėms. Sirgalių visiškai tenkina vienos kameros vaizdas." Stambūs planai sutelkia dėmesį į žvaigždes, asmeninį meistriškumą, dramatiškus individų konfliktus. Bendro plano kadrai rodo komandos veiklą, ne tokį dramatišką, bet meistrišką kamuolio valdymą aikštėje, specializuotas taktines padėtis. Ar dideli transliavimo mokesčiai ir didelis spaudos, televizijos dėmesys garsiems žaidėjams bei futbolo pateikimo per televiziją stilius reiškia, kad į futbolą žiūrima kaip į dar vieną pramogų verslo šaką, kurios pagrindas yra žvaigždžių sistema? Ar vokiečiai mano, kad jų futbolas – tai taktinis komandinis žaidimas? Turinio analizė negali atsakyti į tokius spekuliatyvius, plataus pobūdžio klausimus, tačiau bent jau pateikia mums kai kurių duomenų, kuriais galime remtis.

Gerbneris, turinys ir kultūra

Mokslininkas, kuris sukūrė labiausiai išplėtotą teoriją apie tai, kaip turinio analizė gali paaiškinti gilesnius kultūros dalykus, yra Georgas Gerbneris. Jis mano, kad kultūra komunikuoja pati su savimi visa savo masinės komunikacijos priemonių produkcija, kad ši komunikacija palaiko ar keičia bendras kultūros nuostatas. Didžioji turinio analizės jėga, anot jo, – galimybė analizuoti visą pranešimo sistemą, o ne atrankinį individo patyrimą. Reikšmingas yra „masiškumas", tai, kas prieinama kultūrai kaip visumai, būtent su šituo turinio analizė yra pajėgi susidoroti. Gerbneris mano, kad tie šablonai, kuriais grindžiama visa produkcija, o ne atskira televizijos programa, yra svarbios masinės komunikacijos priemonių ypatybės. Šiuos šablonus po truputį absorbuoja žiūrovai netgi sąmoningai jų nesuvokdami. Gerbnerio analizės

tikslas – atskleisti šiuos šablonus. Daugelyje darbų jis tyrinėja smurto vaizdavimą televizijoje.

Žudikai ir nužudytieji. Smurto kiekis buvo tiksliai dokumentiškai fiksuojamas. Gerbneris (1970) nurodo, kad aštuoni iš dešimties vaidinimų Amerikos televizijoje rodo smurtą; penki iš dešimties pagrindinių veikėjų jį vykdo; šeši iš dešimties – jį patiria. Per savaitę pademonstruota 400 nukentėjusiųjų. Tačiau reikšmingi šablonai pradeda ryškėti, kai jis analizuoja, kas yra smurtininkai ir kas yra aukos. Vienas šablonas atsiskleidžia nustačius žudikų ir nužudytųjų santykį. Žudymas yra kraštutinė ir efektyviausia smurto forma, jis skiria herojus nuo niekšų; nustatant žudikų ir žudomų asmenų tipus galima daug sužinoti apie tam tikros visuomenės vertybes. Pavyzdžiui, palyginti retai žudomi baltieji viduriniajai klasei priklausantys jauni (sakykim, 18–30 metų) vyrai, tačiau jie palyginti dažnai būna žudikai. Gerbneris aiškina tai kaip tiesioginį socialinių vertybių atspindį: mes aukštai vertiname viduriniąją klasę, baltąją rasę ir jaunystę. Išsamūs skaičiavimai pateikiami 9 lentelėje. Šiais skaičiavimais Gerbneris grindžia išvadą, kad smurtas televizijoje dramatiškai vaizduoja galią ir įtaką visuomenėje. Iš labiausiai vertinamų socialinių grupių dažniausiai kyla herojai, kurie savo ruožtu tampa sėkmės lydimais smurtininkais. Turinio analizė yra vienintelis metodas, kuris gali atskleisti visuotinius stereotipus visoje televizijos produkcijoje.

9 lentelė. *Žudikų ir nužudytųjų santykis Amerikos televizijoje pagal amžių, klasę ir rasę*

		Žudikai		Nužudytieji
Amžius	Jauni suaugę	5	:	1
	Vidutinio amžiaus	2	:	1
	Seni	1	:	1
Klasė	Aukštuomenė	1		1
	Vidurinioji	3		1
	Žemoji	1		1
Rasė	Baltasis amerikietis	4	:	1
	Baltasis užsienietis	3	:	2
	Nebaltasis	1	:	1

Turinio analizė ir kultūros vertybės

Nors turinio analizė apima denotacinius komunikacijos lygmenis, ji gali atskleisti ir atskleidžia šiame lygmenyje egzistuojančius šablonus ir dažnius, kurie perteikia vertybių ir nuomonių konotacijas. Ankstyvoji turinio analizė apsiribodavo denotacinio lygmens išvadomis ir neatkreipdavo dėmesio į daug įdomesnes, nors ir spekuliatyvesnes išvadas, randamas Gerbnerio, Dominick ir Rauch ar Segaro ir Wheelerio darbuose. Galima išvesti kelis bendrus dėsningumus apie denotacinio lygmens turinio analizės santykį su socialinių vertybių konotacijomis: labai gausus vyrų, tarnautojų („baltųjų apykaklių"), tam tikrų amžiaus grupių ir rasių atstovavimas verčia daryti išvadą, kad vaizdavimo dažnumas konotuoja aukštą vertinimą vertybių skalėje. Taip pat veikėjo padėtis smurtinių santykių struktūroje perteikia konotaciją apie santykinę jo socialinės grupės vietą (centrinė arba šalutinė) tikrovėje. Aukos vaidmuo televizijoje tampa žemos padėties tikrovėje metafora. (Prisiminkite, kaip panašiai veikia konotacija ir metafora.)

Semantinis diferencialas

Kaip mes įrodėme, reikšmė yra dinamiška skaitytojo ir pranešimo sąveika. Skaitytoją suformuoja jo socialinė kultūrinė patirtis, taigi jis yra kanalas, per kurį sąveikauja pranešimas ir kultūra. Tai yra reikšmė. Taigi turinio analizė, sutelkianti išimtinį dėmesį į visą pranešimų sistemą, gali pateikti duomenis, tinkamus tik vienai tos sąveikos, kurią vadiname reikšme, daliai. Mes taip pat privalome studijuoti skaitytoją.

Vienas iš bendrųjų tokio tyrimo metodų vadinamas *semantiniu diferencialu*. Jį sukūrė Charlesas Osgoodas (1967) kaip būdą studijuoti žmonių jausmus, nuomones ar emocijas tam tikrų sąvokų atžvilgiu. Jei darysime prielaidą, kad šie jausmai, nuomonės ir emocijos daugiausia kyla iš sociokultūrinės individo patirties, pamatysime, kad Osgoodas bando matuoti tai, ką Barthes'as vadina „konotacijomis". Šis metodas yra paprastas. Jis apima tris etapus, kai:

1. Identifikuojamos tyrinėjamos vertybės ir jos išreiškiamos dviem priešingomis sąvokomis 5 ar 7 padalų skalėje. Dažniausiai pakanka 8–15 vertybių.

2. Atsitiktinė ar parinkta grupė žmonių paprašoma pažymėti savo reakcijas kiekvienoje skalėje.

3. Išvedami rezultatų vidurkiai.

Filmavimo kampo prasmė

Geriausias aiškinimo būdas šiuo atveju – iliustracija. Baggaley ir Duckas (1967) nusprendė patikrinti, ar atsiranda reikšmės skirtumų, kai televizijos pranešėjas žiūri tiesiai į kamerą ir kai matomas pusiau profiliu. Tuo pačiu metu jie padarė du pranešėjo vaizdo įrašus: vieną – kamera, į kurią jis žiūrėjo tiesiai, kitą – kamera, kuri filmavo jį iš to paties atstumo pusiau profiliu. Vienintelis skirtumas tarp šių dviejų įrašų buvo filmavimo kampas.

1 etapas. Jie išskyrė 14 tikrinamų vertybių (žr. 24 pav.). Geriausias vertybių išskyrimo būdas yra parodyti vaizdajuostes eksperimentinei grupei ir paprašyti auditoriją laisvai aptarti subjektyvias reakcijas į jas. Aptarimą galima nukreipti tam tikromis kryptimis, tačiau eksperimentatorius turi būti labai atsargus, nesikišti, neprimesti šališkos nuomonės. Aptarimas įrašomas, o po to analizuojamas, ieškant dažniausiai vartojamų būdvardžių ar vertybių apibūdinimo. Tai sudaro pagrindą naudojamoms vertybių skalėms.

2 etapas. Baggaley ir Duckas kiekvieną vaizdajuostę parodė kelioms panašioms auditorijoms ir paprašė jų pažymėti skalėse savo reakciją. Nė viena auditorija nežinojo, kad yra įrašo kopija ar kita žiūrovų auditorija ir kuris jų stebimo įrašo aspektas reikšmingas.

3 etapas. Apskaičiuoti vertinimų vidurkiai ir pateikti, kaip parodyta 24 piešinyje.

Auditorijos buvo mažos (tik 12 žmonių), todėl tik didelius skirtumus galima vertinti kaip reikšmingus. Taigi vedėjo filmavimas pusiau profiliu perteikia kur kas didesnės patirties, patikimumo ir nuoširdumo konotacijas, taip jis atrodo žmogiškesnis, sąžiningesnis, tikslesnis, tolerantiškesnis, emocionalesnis ir labiau atsipalaidavęs. Tai įdomus rezultatas, ypač jei susimąstysime, kiek daug televizijos

1	2	3	4	5	6	7	
Kietaširdis					+ - - - - o		Žmogiškas
Sąžiningas				o - - - - +			Nesąžiningas
Netikslus					+ - - - - o		Tikslus
Žinovas					o - - - - - - +		Nepatyręs
Šališkas			+ o				Nešališkas
Silpnas					+ o		Stiprus
Netolerantiškas					+ - - - - o		Tolerantiškas
Atsargus						+ o	Neatsargus
Bejausmis					+ - - - - - o		Jausmingas
Intuityvus					+ o		Racionalus
Atsipalaidavęs				o - - - - +			Įsitempęs
Tiesus		o - - - +					Išsisukinėjantis
Nepatikimas					+ - - - - o		Patikimas
Nuoširdus			o - - - - - - - - - +				Nenuoširdus

24 pav. *Televizijos vedėjo vertinimų vidurkiai, kai (+) jis žiūri tiesiai į kamerą ir (o) filmuojamas pusiau profiliu*

vedėjų, politikų mėgsta žiūrėti tiesiai į kamerą. Baggaley ir Duckas pateikė empirinį komutacijos testo variantą (žr. p. 128). Jie iš tikrųjų, o ne tariamai, pakeitė sintagmos elementą ir iš tikrųjų, o ne tariamai, patikrino šio pakeitimo prasmės skirtumus.

Jų darbas leidžia mums padaryti dar keletą įdomių išvadų apie kodus ir papročius. Vedėjas, parodytas ekrane trimis ketvirčiais, atrodo nuoširdesnis, tiesesnis, labiau patyręs ir apskritai apibūdinamas geresnėmis konotuojamomis vertybėmis. Tai gali stebinti, nes tikrovės koduose nuoširdumą, tiesumą, patyrimą ir t.t. rodo žiūrėjimas tiesiai į klausytoją. Tai įdomus tikrovės ir televizijos kodų skirtumas, ir šį skirtumą reikia pabrėžti, nes dėl to, kad televizija atrodo apgaulingai panaši į gyvenimą, lengva padaryti neteisingą

išvadą, kad televizijos ir tikrovės kodai yra tie patys. Taip nėra: į televizijos įvykius nereaguojame taip, kaip į gyvenimo įvykius.

Televizijos kodas susiformavo pagal konvencijas ir vartojimą (angl. *convention and use*). Žmonės, kalbantys tiesiai į televizijos kamerą, beveik visada yra masinės komunikacijos profesionalai, veikiantys pagal scenarijų, t.y. kalbantys kitų žmonių žodžiais. Tačiau žmonės, filmuojami pusiau profiliu, paprastai yra klausinėjami kaip žinovai, liudininkai, savo akimis matę, kas iš tikrųjų įvyko. Jie yra sąžiningi ekspertai, kalbantys savo žodžius. Jie kalba su žurnalistu ar reporteriu, o ne į kamerą; mes susierziname, jei jie staiga pasisuka ir kreipiasi tiesiai į kamerą.

Tai akivaizdus pavyzdys, kaip televizijos konvencijos skiriasi nuo tikrovės konvencijų ir kaip šis skirtumas sukuria skirtingus kodus. Tai yra konotacijų kodai, jie kyla iš signifikanto formos (kuri kinta dėl filmavimo kampo pakeitimo). Denotacijos prasmė yra ta pati kiekvienai vaizdajuostei. Turėtų būti įmanoma, naudojant semantinį diferencialą, sudaryti skirtingas reikšmes turinčių filmavimo kampų paradigmą. Galbūt kampų yra keturi: tiesioginis, pusiau profiliu, profiliu, iš nugaros. Tačiau jei šie skirtumai yra reikšminiai, tai tokie jie tapo tik per papročius ir vartojimą, kai tarp vartotojų atsirado nerašytas susitarimas.

Vaizdas veidrodyje

Kitą pavyzdį, kaip naudoti semantinį diferencialą empiriniam teorinių perskaitymų patikrinimui, pateikia vienos iš mano (Johno Fiske's – vert. past.) studenčių, Jennifer Farish, atliktas tyrimas. Ji norėjo patikrinti 1 skyriaus (p. 32) prielaidas apie skirtingą 1a ir 1b nuotraukų perskaitymą. Ji parodė 1a nuotrauką 25 žmonėms, 1b nuotrauką kitiems 25 žmonėms ir paprašė pažymėti savo reakcijas semantinėje skalėje (25 pav.). Ji taip pat patikrino kiekvieno klausiamojo nuomonę apie policiją prieš rodydama nuotraukas, ir nustatė, kad nuomonė apie policiją tų, kurie matė 1a nuotrauką, ir tų, kurie matė 1b nuotrauką, panaši. Jų apklausos rezultatai apibendrinti 25 paveiksle.

Pažymėkite savo reakciją į čia parodytą policijos elgesį (NB – 4 yra visada neutralus rodiklis. Kuo toliau jūsų žyma į kairę nuo 4, tuo labiau jūs palaikote vertybes pažymėtas kairėje, kuo toliau jūsų žyma į dešinę nuo 4, tuo labiau jūs palaikote vertybes dešinėje).

	1	2	3	4	5	6	7	
Racionalus				+----o				Neprotingas
Normalus				o+				Neįprastas
Teisingas				o+				Neteisingas
Gynybinis				+---o				Agresyvus
Kvalifikuotas		+----------o						Nemokšiškas
Logiškas					o+			Instinktyvus
Protingas			+-------o					Neprotingas
Auka			+--------o					Agresorius
Nešališkas			+---------o					Šališkas
Žmogiškas				o+				Žiaurus
Malonus			o+					Nemalonus
Šiltas					+-----o			Šaltas
Stiprus			o+					Silpnas
Patyręs				o+				Nepatyręs
Pasitikintis		+-------o						Nepasitikintis
Atsipalaidavęs					o+			Įsitempęs

25 pav. *Vidurkiai reakcijų tų, kurie matė visą laikraščio puslapį 1b (+), ir tų, kurie matė tik 1a nuotrauką (o)*

Kaip visada, semantinis diferencialas pateikė kai kurių netikėtumų, nors apskritai rezultatus buvo galima numatyti. Vidutinė reakcija į visą puslapį (1b iliustracija) yra labiau į kairę (kur surašytos palankesnės ir bendresnės vertybės), negu reakcija į pagrindinę fotografiją kaip vienetą. Visame puslapyje policininkai atrodo žymiai kvalifikuotesni ir labiau pasitikintys, kaip buvo numatyta; jie taip pat atrodo mažiau šališki (nors šio skirtumo nematyti skalėje „teisingas–neteisingas"), taip pat jie atrodo racionalesni, protingesni ir, labai keista, šiltesni.

Tačiau vidurkių išvedimo technika, deja, nerodo, kaip buvo išvestas vidurkis. Pavyzdžiui, atsakymai skalėse „logiškas–instinktyvus" ir „atsipalaidavęs–įsitempęs" buvo labai sutartini, o „teisingas–neteisingas" ir „malonus–nemalonus" skalių vidutiniai rezultatai slepia labai platų skirtingų reakcijų spektrą. Mums reikėtų tirti toliau, kad paaiškintume šiuos atsakymų skirtumus, pavyzdžiui, turėtume nustatyti, *kas* žymėjo 1 ar 7 „teisingas–neteisingas" skalėje. Gali būti, kad žmonių reakcijas iš esmės lemia tokie veiksniai kaip socialinė klasė, rasė, lytis ar politiniai įsitikinimai.

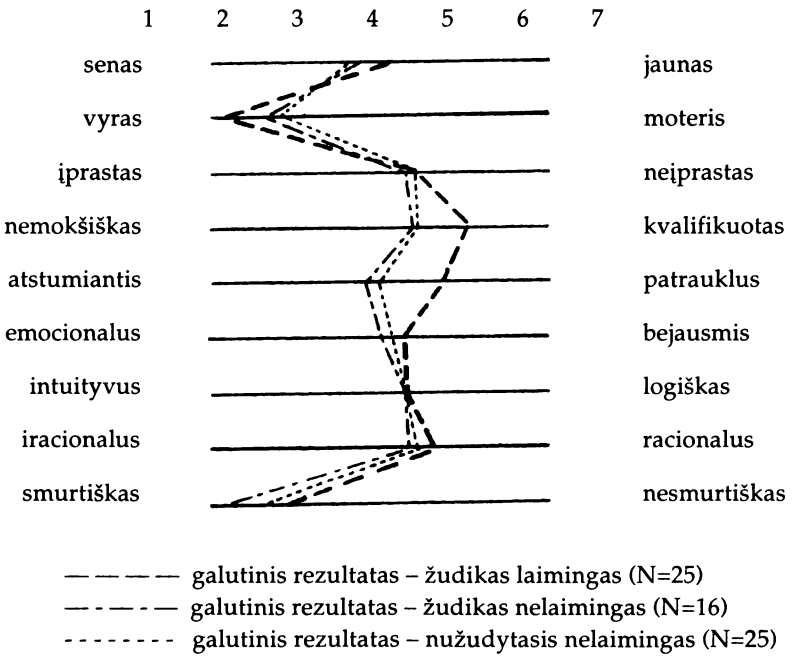
Mums taip pat reikėtų ištyrinėti, kuo galima paaiškinti tai, kad kai kuriose skalėse pažymėtos reakcijos buvo labai įvairios, o kitose homogeniškesnės. Gali būti, kad įvairesni atsakymai atsiranda skalėse tų vertybių, apie kurias auditorijos nariai jau turi aiškią nuomonę; „perskaitymai" yra įvairūs kaip ir auditorijos nariai, todėl tekstas gali daryti jiems palyginti mažą įtaką. Priešingai, homogeniški atsakymai gali atsirasti tada, kai auditorija neturi aiškios nuomonės, todėl tekstas gali turėti didesnės įtakos atsakymui. Derybose tarp teksto ir skaitytojo atsiranda prasmė, kurią pirmuoju atveju labiau sąlygoja skaitytojas, o antruoju – tekstas.

Tačiau tyrimas pateikė įrodymų nuomonei, kad viso pirmo puslapio kontekste pateikta originali fotografija yra lengviau suderinama su įprastiniu policijos vaizdu; jis lengviau sužadina dominuojantį *mitą*; dėl jo nuotraukoje daugiau pertekliaus, todėl ji tapo tipiška masinei komunikacijai. Tyrimas taip pat priverčia mus abejoti, ar *Daily Miror* atspindi tikrovę, ar auditoriją.

Herojai, niekšai ir aukos

Gerbneris (1970) derina semantinį diferencialą su turinio analize. Nustatęs santykinę socialinę „žudikų" ir „nužudytųjų" priklausomybę, jis toliau tyrinėjo, kaip auditorija suvokia šių trijų veikėjų kategorijų asmenybes:

> Galutinis rezultatas – žudikas laimingas (tai pabaigoje laimėję žudikai, t.y. herojai);
> Galutinis rezultatas – žudikas nelaimingas (tai niekšai);
> Nužudytieji (aukos).



26 pav. *„Žudikų" ir „nužudytųjų" asmenybių apibūdinimas*

Rezultatai pateikiami 26 paveiksle. Jie rodo, kad vienintelis reikšmingas skirtumas tarp herojų ir niekšų yra tas, kad herojai yra patrauklesni ir kvalifikuotesni. Šis modelis gali reikšti, jog gyvename konkurencinėje, darvinistinėje visuomenėje, kurioje išlieka geriausiai prisitaikiusieji, o kvalifikuotumas neišvengiamai gretinamas su sėkme. Nemokšiškumas konkurencinėje visuomenėje yra nukrypimas nuo normos, todėl natūraliai gretinamas su niekšybe.

Puoselėjimas

Gerbneris labiau negu bet kas kitas ištobulino empirinius komunikacijos tyrimus, nes jis naudoja duomenis, gautus iš turinio analizės ir auditorijos tyrimų. Jis pagrindžia teoriją apie masinės komunikacijos

priemonių sistemos santykį su kultūra, iš kurios sistema išauga ir su kuria kontaktuoja. Šiuos santykius jis vadina „puoselėjimu" (angl. *cultivation*), t.y. masinės komunikacijos priemonės puoselėja kultūroje egzistuojančius įsitikinimus ir vertybes. Masinė komunikacija jų nesukuria – jos jau turi egzistuoti, tačiau maitina, propaguoja ir padeda kultūrai išlaikyti ir pritaikyti jos vertybes, skleisti jas tarp kultūros narių ir taip susieti juos bendru sutarimu, intersubjektyvumu. Turinio analizė atskleidžia vertybes, įsitvirtinusias visuotinėje kultūros pranešimų sistemoje; semantinis diferencialas leidžia sužinoti, ar skaitytojas iš tikrųjų pripažįsta tas vertybes.

Naudos ir atlygio teorija

Yra nemaža empirinių auditorijos, ypač masinės komunikacijos priemonių auditorijos, tyrimų. Didžioji šių darbų dalis skiriama smurto vaizdavimo poveikiui. Psichologai atliko laboratorinius eksperimentus, sociologai – plataus masto sociologinius tyrimus. Tokie darbai nepatenka į šios knygos akiratį. Tačiau norime supažindinti skaitytoją su dar vienu empiriniu metodu, žinomu kaip *naudos ir atlygio* požiūris. Jo atstovai įsitikinę, kad auditorija turi daugybę sudėtingų poreikių ir siekia juos patenkinti masinės komunikacijos priemonėmis. Be abejo, yra ir kitų poreikių tenkinimo būdų – atostogos, sportas, pomėgiai, darbas ir t.t. Tai teorija, sukurta paaiškinti masinę komunikaciją, nors ji puikiai dera prie asmeninės komunikacijos teorijų, kurios postuluoja, kad mes naudojame visuomeninius santykius asmeniniams poreikiams ir troškimams tenkinti. Šis komunikacijos modelis daro prielaidą, kad auditorija yra bent jau tiek pat aktyvi, kiek ir siuntėjas. O pranešimas yra tai, ką auditorija paima, o ne tai, ką siuntėjai duoda; tuo ji šiek tiek panaši į semiotinį metodą.

Viktorinų programų naudojimas

Įprastinis „naudos ir atlygio" tyrimo būdas yra klausimynas. Televizijos auditorijos narių prašoma nurodyti svarbiausias priežastis, dėl kurių jie žiūri tam tikrų tipų programas. Vieną iš pavyzdžių, kokius rezultatus galima gauti šiuo būdu, pateikia McQuailas,

Blumleris ir Brownas (1972). Tyrinėdami televizijos auditoriją jie nustatė, kad žmonės labai panašiai „naudoja" televizijos viktorinų programas. 10 lentelėje apibendrinti jų duomenys. Didelė auditorijos dalis žiūrėjo viktorinų programas, siekdama keturių pagrindinių atlygio tikslų: įvertinti save; patirti socialinę sąveiką; jaudulį; apsišviesti. Toliau tyrinėdamas McQuailas ir jo kolegos sužinojo, kad dauguma tų, kurie „naudojo" viktorinų programas, siekdami įvertinti save, gyveno savivaldybės namuose ir priklausė darbininkų klasei. Galima spėti, kad jiems masinės komunikacijos priemonės padėjo įtvirtinti asmeninį statusą, kurio jiems nesuteikė visuomeninis gyvenimas. Tai akivaizdus *kompensacinis* masinės komunikacijos priemonių naudojimo pavyzdys, kai tenkinami poreikiai, kuriuos likęs socialinis gyvenimas žlugdo. Nenuostabu, kad tie, kurie buvo linkę „naudotis" programomis kaip socialinės sąveikos pagrindu, priklausė visuomeniškai aktyviam tipui ir nurodė, kad turi daugybę pažįstamų kaimynystėje. Jiems masinės komunikacijos priemonės buvo reikalingos tam, kad rastų temų pokalbiams. Masinės komunikacijos priemonės šiuo atveju *papildo* kitus poreikių tenkinimo šaltinius. Jaudulio siekį dažniausiai nurodė žiūrovai iš darbininkų klasės, kurie nebuvo linkę bendrauti. Atrodo, kad ir šiuo atveju veikė kompensacinis motyvas. Švietimo siekis taip pat buvo akivaizdžiai kompensacinis, nes tie, kurie nurodė jį kaip svarbiausią, turėjo labai anksti palikti mokyklą.

Detektyvinių serialų naudojimas

Mano studentas Simonas Morrisas atliko žmonių, žiūrinčių televizijos detektyvinius serialus, „naudos ir atlygio" tyrimą. Jis taip pat nustatė programų žiūrėjimo priežasčių įvairovę: žiūrovai žiūri jas, siekdami jaudulio ir eskapizmo; norėdami gauti informacijos: „Pamatau, kaip gyvenama dideliuose miestuose"; daugelis nusiraminimui: „Man patinka, kad pabaigoje visada triumfuoja įstatymas ir tvarka" arba „Džiaugiuosi, kad saugiai gyvenu mūsų mažame miestelyje". Kaip jis nustatė, esminis veiksnys buvo ne klasė ar išsilavinimas, o amžius. 18–30 metų asmenų grupė akcentavo jaudulio ir eskapizmo poreikį, o per 50 metų perkopę asmenys buvo linkę programoje ieškoti informacijos ir nusiraminimo.

10 lentelė. *Televizijos viktorinų programų atlygiai*

1 klasteris
Skatina savęs vertinimą
Galiu lyginti save su žinovais
Mėgstu įsivaizduoti, kad dalyvauju programoje ir man gerai sekasi
Džiaugiuosi, kad man patinkanti pusė iš tikrųjų laimi
Įsivaizduoju, kad dalyvavau programoje ir man gerai sekėsi
Primena mokyklą
Juokina dalyvių klaidos
Sunku sekti

2 klasteris
Pagrindas socialinei tarpusavio sąveikai
Laukiu, nes galėsiu tai aptarti su kitais
Mėgstu varžytis su žmonėmis, kurie kartu žiūri programą
Mėgstu kartu su šeima ieškoti atsakymų
Tikiuosi, kad vaikai iš to daug gauna
Vaikams tai naudinga
Tai sutelkia šeimą bendrų interesų pagrindu
Po to apie tai galima kalbėti
Tai ne tokiems žmonėms, kaip aš

3 klasteris
Jaudulio siekis
Man patinka artėjančios pabaigos įtampa
Patinka trumpam užmiršti rūpesčius
Mėgstu spėti, kas laimės
Tikrai gerai jaučiuosi, jei žinau teisingą atsakymą
Visiškai užmirštu savo rūpesčius
Įsitraukiu į konkursą
Jaudina

4 klasteris
Švietimo siekis
Suprantu, kad žinau daugiau, negu maniau
Jaučiu, kad tobulėju
Jaučiu pagarbą žmonėms, dalyvaujantiems programoje
Aš apgalvoju kai kuriuos klausimus vėliau
Lavina

5 klasteris
Man patinka žiūrėti, kaip „nusodina" žiūrovus
Juokinga matyti, kokias klaidas daro dalyviai

6 klasteris
Man patinka kai ką sužinoti ir kartu pasilinksminti
Patinka sužinoti kažką nauja

7 klasteris
Mėgstu spėti atsakymus
Tikiuosi, kad žinau kai kuriuos atsakymus

8 klasteris
Randu savo žinojimo spragas
Sužinau kažką nauja
Laiko gaišimas

Tiriamiesiems pateiktoje anketoje teiginiai buvo išdėstyti atsitiktine tvarka. Jų paprašė nurodyti, kurie teiginiai reiškia atlygį, gaunamą iš viktorinų programos. Atsakymai jungėsi į grupes (klasterius), tai yra buvo pastebėta, kad asmuo, teigiamai įvertinęs vieną teiginį tame pačiame klasteryje, tikriausiai statistiškai teigiamai vertins ir likusius jo teiginius.

Atlygio kategorijos

Nors įvairūs mokslininkai skirtingai žymi ir grupuoja atlygio kategorijas, tačiau tarp jų vyrauja nuostabus sutarimas. Keturios pagrindinės McQuailo kategorijos (nurodytos žemiau) yra tipiškos, ir tik nedaugelis tyrinėtojų su jomis iš esmės nesutinka.

1. *Pramoga:*
   a) bėgimas nuo kasdienybės,
   b) bėgimas nuo problemų,
   c) emocinis atsipalaidavimas.

Visi tyrimai atskleidžia panašius masinės komunikacijos priemonių auditorijos poreikius. McQuailas bent jau užsimena, kad mes turime gilintis, o ne tik konstatuoti šiuos eskapistinius poreikius – reikia konkrečiai identifikuoti, nuo ko mes bėgame. Semiotinė programų analizė gali parodyti, į kur mes bėgame.

2. *Asmeniniai santykiai:*
   a) bendravimas,
   b) socialinis naudingumas.

„Bendravimas" – tai masinių komunikacijos priemonių, kaip ypač aiškios kompensavimo formos, naudojimas. Namų šeimininkės klausosi radijo, nes joms patinka girdėti balsus namuose dienos metu. Vieniši žmonės, kuriems galbūt sunku užmegzti tikrus visuomeninius santykius, ieško draugystės. Jie tiki *Karūnacijos gatvės* ir *Kryžkelių* personažais ir siunčia jiems gimtadienio atvirukus, nes jiems to *reikia*. Jų visuomeninė ir asmeninė padėtis neleidžia tenkinti bendravimo poreikių tikrovėje. „Socialinis naudingumas" – tai, kad dažniausiai randama, apie ką kalbėti. Masinės komunikacijos priemonės sukuria bendrą patirtį, siūlo bendrą pokalbių temą, kuri lengvina socialinę tarpusavio sąveiką. Jei visi jūsų draugai matė programą, kurios nematėte jūs, jūs jausitės laikinai iškritęs iš jų grupės.

3. *Asmeninis identitetas:*
   a) asmeninis sugretinimas,
   b) tikrovės tyrimas,
   c) vertybių stiprinimas.

„Asmeniniu sugretinimu" McQuailas vadina tai, kaip žiūrovai lygina programą su tikru gyvenimu. „Galiu lyginti žmones programoje su savo pažįstamais" arba „Tai primena mano gyvenimo įvykius", – tokie yra tipiški jo cituojami siekiai. „Tikrovės tyrimas" apima tiesioginį programos turinio panaudojimą, padedantį žiūrovui suprasti savo gyvenimą. Tipiškos citatos yra: „Slėnio žmonių probelmos yra tokios pat kaip ir mano"; „Tai kartais padeda man suprasti savo gyvenimą". „Vertybių stiprinimas" yra savaime aiškus. „Tai parodo, koks turėtų būti mano šeimos gyvenimas" arba „Tai primena, kokie svarbūs yra šeimyniniai saitai".

4. *Stebėjimas.*

Tai informacijos apie sudėtingą mūsų gyvenimą poreikis. Kiti tyrimai parodė, kad žmonės, kuriuos galima pavadinti „nuomonių lyderiais" visuomeniniame gyvenime, naudoja masines komunikacijos priemones informacijai gauti, kad išlaikytų savo vaidmenį visuomenėje.

Socialinė poreikių kilmė

Blumleris ir Katzas (1974) pabrėžia poreikių, kuriuos tenkina masinės komunikacijos priemonės, socialinę kilmę. Jų rezultatai apibendrinami 11 lentelėje.

11 lentelė. *Auditorijos poreikių socialinė kilmė ir masinės komunikacijos priemonės*

Socialinė auditorijos poreikių kilmė	MKP
Socialinė situacija	
(a) sukelia įtampą ir konfliktą	(a) suteikia nusiraminimą
(b) padeda suvokti dėmesio reikalaujančią problemą	(b) suteikia informacijos
(c) nuskurdina tam tikrų poreikių tenkinimo galimybes	(c) yra kaip papildymas, pakaitalas arba pagalbinės paslaugos
(d) iškelia tam tikras vertybes	(d) patvirtina ir sustiprina vertybes
(e) teikia galimybę atpažinti tam tikrą masinės komunikacijos priemonių medžiagą	(e) siūlo bendrą patirtį, palaikančią vertinamų socialinių grupių narystę

„Naudos ir atlygio" tyrimų pagrindai

Prielaidos, kuriomis remiasi šis metodas, gali būti apibrėžtos taip:

1. Auditorija yra aktyvi. Tai ne pasyvus bet kokių žiniasklaidos laidų gavėjas. Ji pasirenka ir naudoja programų turinį.

2. Auditorijos nariai laisvai renkasi masinės komunikacijos priemones ir programas, kurias gali geriausiai naudoti savo poreikiams. Masinės komunikacijos priemonių kūrėjas gali nežinoti, kokiam tikslui bus panaudota jo programa, o skirtingi auditorijos nariai ta pačia programa tenkina skirtingus poreikius.

3. Masinės komunikacijos priemonės nėra vienintelis poreikių tenkinimo (atlygio) šaltinis. Vietoj jų gali būti atostogos, sportas, šokiai ir t.t.

4. Kartais žmonės supranta arba jiems galima paaiškinti jų interesus ir motyvus. (Metodo kritikams ši prielaida atrodo silpniausia. Jie teigia, kad motyvai, kuriuos galima išreikšti, yra mažiausiai svarbūs, o sieti auditoriją ir programų turinį tik racionalių poreikių ir atlygio grandimi – nepriimtinas „prasmės" apribojimas.)

5. Visi vertybiniai masinės komunikacijos priemonių kultūrinės reikšmės vertinimai negalioja. Visai nesvarbu, kad kažkam *Kryžkelės* yra šlamštas: jei jos atitinka 7 milijonų žmonių poreikius, vadinasi yra *naudingos*, o tai, kad filmas žeidžia intelektualius estetus, niekam nerūpi.

Metodas

Paprastą „naudos ir atlygio" požiūrio anketą galima sudaryti taip pat, kaip ir semantiniam diferencialui. Tyrinėtojas turėtų įrašyti nestruktūrizuotą auditorijos grupės aptarimą, kad galėtų suformuluoti jos išreikštus žiūrėjimo motyvus. Po to jie atsitiktine tvarka išspausdinami anketoje, o respondentams siūloma įrašyti, kiek jie sutinka ar prieštarauja kiekvienam motyvui. Morriso anketa pavaizduota 27 paveiksle.

Sunkiausia darbo dalis yra nustatyti reikšmingus rezultatų modelius. Tyrinėtojai naudoja statistinį metodą, žinomą kaip klasterinė

Tai detektyvinių serialų pomėgio priežasčių tyrimo dalis. Prašoma nurodyti, ar jums tinka ar netinka kiekvienas iš šių teiginių, pažymint kryželiu tam tikrą stulpelį. (1 – labai tinka, 2 – tinka, 3 – neutralu, 4 – netinka, 5 – labai netinka)

Žiūrėjimo priežastys	1	2	3	4	5
Patinka susitapatinti su herojumi					
Patinka kalbėtis apie programą su kitais					
Patinka įtampa, kai nežinai, kas atsitiks					
Sužinoma, kaip sunkiai dirba policija					
Patinka įsivaizduoti, kaip susidoročiau su smurtine situacija					
ir t.t.					

Pastaba. Paprastai reikia surinkti ir duomenis apie respondentą: lytis, amžius, darbas, išsilavinimas.

27 pav. *Naudos ir atlygio anketa*

analizė, kuri daugumai šios knygos skaitytojų netiks. Ne tokia tiksli, bet parankesnė metodika yra nustatyti teiginių „siekių klasterius" dar prieš sudarant anketą. Tada juos gana lengva lyginti, sakykim, kaip vyrai ir moterys vertina „jaudulio ir pramogos" klasterio teiginius. Svarbiausias reikšmingas koreliacijas (priklausomybes) ar modelius galima atskleisti be sudėtingų statistinių metodų, nors gilesnei analizei atitinkamai reikia pažangesnių analizės būdų.

Auditorijos etnografija

Empiriniai metodai traktuoja komunikaciją kaip seriją pranešimų, kurių turinys tolygus faktiniams duomenims; čia nėra tekstų signifikacijos teorijos, todėl visai nesvarbūs iškodavimo ar skaitymo procesai. Semiotikai ir struktūralistai domisi, kaip komunikacija struktūrizuoja (ir kartu generuoja) prasmę ir paleidžia ją į socialinę apyvartą. Jie nustato komunikacijos pranešimų struktūros ir visuomenės, kurioje jie veikia, struktūros sąveiką. Jiems pranešimai neturi

ir neperduoda prasmės, o yra tik jos gamybos ir apyvartos veiksniai. Todėl jie yra socialinės galios veiksniai.

Tačiau struktūralizmą ir semiotiką galima kritikuoti, nes jie pernelyg lengvai pereina nuo teksto prie socialinių struktūrų ir ignoruoja tai, kad praktiškai ryšiai tarp teksto ir visuomenės gali atsirasti tik per adresatą ar skaitytoją. Tekstas ir visuomenė susitinka tik per skaitymo procesą. Etnografinės studijos buvo išplėtotos siekiant tyrinėti šį procesą ir patikrinti semiotinį ir struktūralistinį tekstų skaitymą, lyginant juos su realiu žmonių skaitymu arba su jų suvokiamu skaitymu.

Apskritai tyrimai rodo, kad semiotikai ir struktūralistai pervertina teksto galią skatinti dominuojantį ar peršamą skaitymą ir neįvertina skaitytojų sugebėjimo suteikti tekstui prasmę tokiais būdais, kurie jį tiesiogiai sieja su jų socialine padėtimi. Taip semiotinė populiaraus meilės romano, kokius leidžia „Mills & Boons" arba „Harlequin", analizė leidžia daryti išvadą, kad jų socialinė funkcija yra pripratinti moteris prie priklausomo vaidmens santuokoje, įteigti, kad jų laimė – tai stipraus vyro meilė, išmokyti, kad kančios, kurias jos patiria dėl jo žiaurumo, bus galų gale atlygintos, nes jis išvys tikrąją moters vertę. Žinoma, lengva susieti teksto struktūrą su socialine lyčių vaidmenų patriarchalinėje visuomenėje struktūra. Bet, pavyzdžiui, Radway (1984) nustatė, kad kai kurios moterys neskaito romanų būtent taip. Jos teikia pirmenybę romanams, kurių herojės yra dvasingos ir maištingos, ir priešinasi, kai herojus bando jas skriausti. Jos suvokia siužetą ne kaip grandinę herojės skriaudų ir kančių, per kurias ji pasiekia galutinę sėkmę (vedybas), o kaip nuoseklų herojaus feminizavimą: tik kai jo žiaurumas sušvelnėja, kai ištirpsta jo šaltas pasipūtimas, kai jis pradeda jautriau reaguoti į ją, tiktai kai jis tokiu būdu „feminizuojamas", ji gali sutikti tekėti už jo. Nors šių romanų struktūra teikia pirmenybę vyriškoms, o ne moteriškoms vertybėms, kai kurios skaitytojos „derasi su tekstu", kad šis pateiktų prasmes, teigiančias moteriškas, o ne vyriškas vertybes.

Kai kurioms moterims socialinis skaitymo kontekstas buvo bent jau tiek pat svarbus, kiek ir pats tekstas; jų socialinę padėtį apibūdina negailestinga tarnystė vyrų ir vaikų poreikiams; skaitydamos romaną jos gali susikurti savo laiką ir erdvę, kur didžiausias dėmesys skiriamas sau (dažnai ignoruojant atvirą vyrų nepritarimą). Viena iš

meilės romano skaitymo „prasmių" buvo jų teisių ir savigarbos patvirtinimas – prasmė, kurios neįmanoma išanalizuoti tekste, nes ji gimė skaitymo momentu, tekstui susidūrus su skaitytojos socialine padėtimi. Viena moteris netgi pareiškė, kad šitoks meilės romanų skaitymas suteikė jai pasitikėjimo savimi ir leido pasipriešinti vyro norams, pareikalauti daugiau lygybės santuokoje.

Morley (1986) nustatė panašias šeimyninio televizijos žiūrėjimo reikšmes. Jis tyrinėjo žemesniosios klasės miestiečių šeimų televizijos žiūrėjimą, kuris buvo ir šeimos lyčių politikos dalis, tačiau, priešingai meilės romanų skaitymui, skatino vyro valdžią (galią). Nuotolinio valdymo pultas dažniausiai gulėdavo ant vyro krėslo ranktūrio; jo valdžia apėmė tris sritis: ką žiūrėti, kaip žiūrėti ir kaip tai vertinti.

Šeimyninį žiūrėjimą lėmė vyrų skonis. Vyrai labiau mėgsta faktais grindžiamas programas – naujienas, sportą, dokumentiką; jeigu jie žiūri menines programas, tai pageidauja, kad šios būtų „realistiškos", tai yra, kad jie galėtų programoje atpažinti jiems žinomą išorinį pasaulį. Jie taip pat mėgsta veiksmo dramas. Antra vertus, moterų skoniui gerai tinka šeimyninės dramos, muilo operos, meilės istorijos, kuriose akcentuojami santykiai, o ne veiksmai, kurios plečia žinias apie vidinį emocijų ir jausmų pasaulį, o ne apie išorinį vyrų pasaulį.

Vyrai ne tik sprendė, ką žiūrėti, jie taip pat bandė kontroliuoti, kaip žiūrėti. Vyrui namai – tai poilsio vieta, kur jis gali atsipalaiduoti ir pasilepinti po darbo, todėl jis mėgsta visiškai pasinerti į televiziją ir sukaupti visą dėmesį į žiūrėjimą. Tačiau moteriai namai yra darbo vieta, ji turi įterpti televizijos žiūrėjimą tarp namų darbų, kurie apima ne tik skalbimą, lyginimą, siuvimą ir kitą ruošą, bet ir pokalbius su vaikais, nes moters vaidmuo apima ne tik namų materialinių išteklių, bet ir žmonių bei santykių vadybą. Todėl moterys žiūri televizorių besiblaškydamos, beveik visada tuo pat metu darydamos dar ką nors. Tai dažniausiai erzina vyrą, kuris skundžiasi moterų ir vaikų keliamu triukšmu ir kalbomis, kai jis žiūri programą.

Moterys dažnai naudoja vaizdo įrašymo aparatūrą, kad perkeltų programas už savo darbo dienos ribų, kurias, atrodo, nustato kiti šeimos nariai. Jos įrašo programas ir susikaupusios žiūri jas arba anksti rytą, arba vėlai vakare, kai kiti sugula; kartais jos ištaiko pertraukėlę po vidurdienio, kai rytiniai darbai jau baigti, o vaikai dar negrįžę iš mokyklos.

Skirtingus žiūrėjimo būdus, žinoma, lėmė socialiniai veiksniai, tai yra darbo organizavimas; jie nėra įgimtos vyrų ar moterų lyčių ypatybės. Todėl moterys, dirbančios ne namuose, linkusios žiūrėti televizorių panašiai kaip vyrai. Lyčių santykiai yra politiniai, nes juos lemia socialinės jėgos, o ne gamta.

Vyrų dominavimas apėmė netgi programų vertinimą. Vyrų pasirinktos laidos apibrėžiamos kaip rimtos, geros, tuo tarpu moterų mėgiamos programos vadinamos trivialiomis, lengvomis arba tiesiog šlamštu. Muilo opera (kuri paprastai traukia moteris) dažniausiai laikoma žemiausia televizijos produkcijos forma, o meilės romanai literatūroje taip pat dažniausiai priskiriami žemiausiai romano formai. Šis santykis tarp kritinio vertinimo ir visuomeninės padėties, žinoma, nėra atsitiktinis, nes moterų kultūrinio skonio nuvertinimas – tai dar vienas socialinis jų priklausomybės įtvirtinimo būdas. Svarbu pažymėti, kad moterys paprastai internalizuoja vyriškąsias vertybes ir dažnai niekina savo kultūrinį skonį (o kartu paslapčiomis ir save), vadindamos juos „šlamštu" ir „kvailystėmis". Tai pavyzdys, kaip moterys dalyvauja jas pajungiančioje ideologijoje. Šią problemą išsamiau tyrinėsime kitame skyriuje, aptardami ideologijos teorijas.

Socialinio tekstų naudojimo būdai pačių tekstų struktūroje gali nepasireikšti, todėl jie neprieinami teksto analizei. Lygiai taip pat kai kurios tekstų prasmės gali neatsiskleisti teksto analizei, nes jos sukuriamos tuo momentu, kai tekstas susiduria su skaitytojo visuomenine situacija. Per šį susidūrimą skaitytojas gali įtraukti į reikšmės kūrimo procesą nenumatytus, ne teksto sąlygotus veiksnius.

Taip Hodge ir Trippas (1986) nustatė, kad Australijos mokyklos moksleiviai ypatingai perskaitė televizijos muilo operą *Kalinė*. Veiksmas vyko moterų kalėjime ir sukosi apie kalinių ir prižiūrėtojų tarpusavio santykius. Mokyklos moksleiviai suteikė programai prasmę, atitinkančią jų mokyklos patirtį. Jie suvokė kalėjimą kaip mokyklos metaforą. Abi institucijos siekia paversti jose esančius žmones tokiais, kokiais juos nori matyti visuomenė, o ne tokiais, kokiais jie patys nori tapti; abiejose atsirado pojūtis, kad tikrasis gyvenimas vyksta už jų sienų. Abi bandė kontroliuoti kiekvieną jose esančių žmonių gyvenimo aspektą, abiejose egzistavo vietos, kur šiai kontrolei buvo priešinamasi – tualetai ir dviračių pašiūrės mokyklose,

skalbykla kalėjime. Tarp kalėjimo prižiūrėtojų ir mokytojų buvo panašių tipų – grasintojas, „minkštas" naujokas, padorus žmogus ir t.t. Kaliniai ir moksleiviai prižiūrėtojų ir mokytojų akivaizdoje naudojo panašius komunikacijos būdus – mirktelėjimus, slaptus raštelius. Panašumų buvo daug.

Tekste nebuvo nieko, kas akivaizdžiai sietųsi su mokykla. Šios prasmės buvo sukurtos, kai tekstas susilietė su socialine žiūrovų situacija. Jos buvo neprieinamos semiotinei ar struktūralistinei analizei, jas galėjo atskleisti tik etnografinis tyrimas. Taip pat yra duomenų, kad šios socialiai tinkamos prasmės tapo mokyklos moksleivių elgesio dalimi, nes daug mokytojų parašė serialo prodiuseriams, skųsdamiesi, kad serialas išmokė mokinius neklusnumo ir apsunkino pedagogų darbą. Semiotikos ir struktūralizmo teorijos numato, kad tą patį tekstą galima skirtingai perskaityti, Hallas ir Eco nurodo, kad taip turi atsitikti su masinės komunikacijos produkcija, o etnografija leidžia įsigilinti į specifinėje situacijoje sukurtas skaitymo prasmes ir taip „apauginti mėsa" teorijos griaučius.

Tyrinėjau, kaip skaitomas vienas televizijos pokalbių laidos „Jaunavedžių žaidimas" epizodas. Keturios žmonos buvo už kadro, kai jų vyrams pateikė klausimą „Kaip jūs manote, kuri formuluotė geriausiai apibūdintų jūsų žmonos atsaką į paskutinį kartą pareikštą norą romantiškai praleisti laiką": „Taip, šeimininke", „Jokiu būdu, Chose", ar „Surimtėk, vyre"? Visi keturi vyrai teigė, kad tinkamas atsakymas būtų „Taip, šeimininke", bet kai žmonos grįžo prieš kamerą, dvi atsakė „Taip, šeimininke", viena – „Surimtėk, vyre", o ketvirtoji – „Jokiu būdu, Chose".

Skirtingi žmonės skirtingai perskaitė šį mažą populiariosios kultūros epizodą. Kai kurios moterys, ypač feministinių pažiūrų, nutarė, kad klausimas taip stipriai išreiškia lyčių šovinizmą, kad visas vyksmas joms buvo paties grubiausio patriarchato išraiška, o labiausiai nepatiko prielaida, kad moters seksualinis pasitenkinimas gali būti apibrėžtas tik kaip atsakas į vyro „romantikos poreikį". Kitoms moterims didelį malonumą ir prasmę suteikė atsakymai moterų, kurios nepanoro sakyti „Taip, šeimininke". Joms labiau rūpėjo, kaip moterys atsilaiko ir kovoja su vyraujančiu patriarchatu, negu pats jo vyravimas. Tuose patirties fragmentuose, kurie netiko vyraujančiam

santuokos mitui, jos rado moteriškas prasmes, kurios priešinosi ir prieštaravo mitui ir jo taikymui lyčių politikoje.

Kai kurie vyrai susikūrė dominuojančius perskaitymus: jie juokėsi *kartu* su laidos vyrais „šeimininkais" *iš tų* dviejų, kurių žmonos buvo ne tokios sukalbamos. Tačiau kiti vyrai pajuto, kad vyksmas toli gražu ne skatino patriarchatą, o iš tikrųjų jį demaskavo ir juo abejojo. Jie manė, kad klausimas provokavo vyrus ir kad šie jautėsi priversti viešai pasirinkti atsakymą „Taip, šeimininke", nepaisant, kad jis gali skirtis nuo pažiūrų, kurių jie laikosi asmeniškai bendraudami su žmonomis. Jiems atrodė, kad sutrikimas vyrų, kuriuos žmonos demaskavo, buvo kur kas didesnis, negu sutrikimas moterų, atsakiusių „Taip, šeimininke". Jie manė, kad vyriškumas (kaip jį supranta patriarchatas) atrodė kur kas blogiau negu moteriškumas.

Visos šios prasmės šiaip ar taip kilo iš teksto patriarchalinės struktūros ir vyraujančių santuokos ir lyčių mitų. Skaitant atsirado reikšmių, kurios skyrėsi nuo vyraujančių, o kartais joms prieštaravo. Skirtumai atsirado dėl skirtingos skaitytojų visuomeninės padėties, lyties, lyčių santykių pasireiškimo jų kasdieniame gyvenime. Jų perskaitymai nebuvo laisvi nuo siūlomo, bet ir nebuvo jo ribojami. Tiksliau, jie buvo sukurti bendradarbiaujant su juo, reaguojant į jį arba jam priešinantis. Perskaitymai pateikė Hallo „siūlomo perskaitymo" arba Eco „klaidingo iškodavimo" teorijų praktiškų pavyzdžių.

Etnografinis tyrimas gali būti vaisingas arba kupinas sunkumų. Atpildas – tai galimybė pažvelgti į komunikaciją kaip į socialinę, taip ir į tekstų praktiką, susekti socialinį matmenį ne bendroje socialinėje politinėje teorijoje, o konkrečiose kasdienio gyvenimo aplinkybėse. Tai atliekant reikia stebėti žmones komunikacijos procese, priversti juos kalbėti apie jų vaidmenį tame procese taip išsamiai ir atvirai, kaip tik įmanoma. Bet su tuo yra susiję du sunkumų tipai.

Pirmas – tai tyrinėtojo vaidmuo ir jo buvimo sąlygotas poveikis. Tradiciškai etnografai mokomi būti objektyvūs ir išlaikyti atstumą, būti mokslininkais stebėtojais, renkančiais objektyvius duomenis. Tačiau ne taip seniai etnografai pradėjo naudoti savo, kaip tiriamų tekstų entuziastų patirtį, pradėjo dalyvauti procese, o ne jį stebėti. Jie kaip lygūs dalyvauja diskusijose, naudoja savo patirtį kaip studijuojamo objekto dalį ir taip išugdo artimą ryšį su subjektais,

leidžiantį artimiau ir išsamiau pažvelgti į tai, ką jiems reiškia tekstas. Ir Radway (1984), ir Hobsonas (1982) labai sėkmingai panaudojo šį būdą. Stebėtojo dalyvavimas daro įtaką – simpatiški, draugiški stebėtojai neišvengiamai gaus kitokius atsakymus, negu atstumo besilaikantys mokslininkai. Tokia etnografijos rūšis negali būti objektyvus empirinis mokslas – jis išplečia interpretacinės analizės būdą, perkelia jį nuo tekstų į juos skaitančius ir prasmes kuriančius žmones. Kitaip sakant, tai yra semiotikos išplėtimas, todėl gal jį reikėtų vadinti „etnosemiotika".

Yra kitas sunkumas, kuris atskiria tokį tyrimą nuo empirinio darbo: tai yra šitaip surinktų duomenų interpretavimo klausimas. Jis nepateikia, kaip empirinis tyrimas, faktų, kurių prasmė slypėtų juose, o tik teoriškai patikrintu metodu nustato tolesnius vykstančio kultūros proceso liudijimus, kuriuos reikia interpretuoti kaip ir patį originalų tekstą.

Taigi metodologinis etnosemiotikos modelis yra lingvistinis, o ne empirinis. Tiriamos auditorijos nėra objektyvios socialinės kategorijos atstovai, kaip reikalauja empirizmas, o jų kuriamos prasmės negali būti apibendrintai taikomos šiai kategorijai kaip visumai. Etnografiniai duomenys yra panašūs į sakinį lingvistui. Sakinys – tai kalbos vyksmo pavyzdys, etnografija taip pat gali mums pateikti komunikacijos vyksmo pavyzdžių. Šie pavyzdžiai ar „sakiniai" yra tipiški komunikacijos procesui ir juos reikia teoriškai įprasminti, bet jie nėra mokslo faktai. Naujos semiotikos ir struktūrinės lingvistikos teorijos moko, kad reikšmės visą laiką dalyvauja procese, jos sukuriamos ir perkuriamos, niekada netampa baigtais faktais. Nors visada svarbu nustatyti, *kurios* reikšmės kuriamos ar siūlomos tekstų ir jų skaitytojų, užimančių tam tikrą socialinę padėtį, tačiau reikšmės nėra fiksuotos ir galutinės, jos yra tik reikšmės vartojimo visuomenėje momentai, iš tikrųjų reikšmė egzistuoja tik vartosenoje.

Vadinasi, komunikacija tyrinėja reikšmių vartoseną visuomenėje, todėl teksto analizė yra svarbiausia. Tačiau socialinį matmenį būtina studijuoti dviem pagrindiniais lygmenimis – makrosocialinių struktūrų, t.y. bendroje socialinėje valdžios ir išteklių padalijimo sistemoje, ir mikrolygmeniu, kuriame gyvenama kasdien. Sąmoningai socialinė Barthes'o semiotika ir jo mito teorija sieja teksto struktūras su

socialinėmis struktūromis. Etnosemiotika sieja tekstų skaitymą su kasdieniu skaitytojų gyvenimu.

Šiame skyriuje pateikti empiriniai metodai turėtų padėti skaitytojui atlikti kai kuriuos pagrindinius pranešimo ir jo auditorijos tyrimus. Semiotinės analizės ir empiriniais metodais gautų rezultatų palyginimas atsakys į svarbius klausimus apie abiejų metodų pagrįstumą.

9
Ideologija ir prasmės

Reikšmė ir kultūra

Penktame skyriuje aptarėme du reikšmės lygmenis. Tačiau ten sąmoningai liko neužduoti kai kurie klausimai ir neatskleistos kai kurios temos. Svarbiausias klausimas: kaip antrojo lygmens reikšmės derinasi su kultūra, kurioje jos veikia? Iš kur kyla mitai ir konotacijos?

Parodėme, kad jų reikšmės glūdi ne pačiame tekste. Skaitymas nėra panašus į konservų peilio naudojimą, siekiant atskleisti pranešimo reikšmę. Reikšmės kuriamos teksto ir auditorijos sąveikos metu. Reikšmės kūrimas yra dinamiškas veiksmas ir jam vienodai svarbūs abu elementai. Kai tekstas ir auditorija yra artimai susijusios kultūros ar subkultūros nariai, sąveika yra lengva ir nereikalauja pastangų: konotacijos ir mitai, iš kurių gimsta tekstas, artimai siejasi arba visai sutampa su auditorijos narių konotacijomis ir mitais.

Kitais atvejais reikšmės kuriamos su daug didesne įtampa. Dominuojantis Notting Hillo fotografijos perskaitymas kai kuriems žmonėms visai paprastas, tačiau kitiems jis gali sukelti stresą ir prieštaravimą. Jie gali jį iškoduoti naudodami priešingus ar derybinius kodus, o ne „akivaizdų" dominuojantį variantą, kitaip tariant, mitai, kuriais žmonės aiškina policiją, spalvotuosius, jaunimą, miesto gyvenimą ir smurtą, jei minėsime tik pagrindinius, skirasi nuo tų, kurių, kaip mano *Observer*, laikosi daugelis jo skaitytojų. Iš tikrųjų semiotikai eitų dar toliau. Jie teigtų, kad *Observer* ne tik mano, kad jo skaitytojai pripažįsta šias bendras antrojo lygmens reikšmes, bet ir aktyviai verčia savo skaitytojus „liberaliais baltaisiais demokratais". Jis kviečia skaitytojus priimti šią socialinę tapatybę, kad šis galėtų iškoduoti nuotrauką

naudodamas dominuojantį kodą, kitaip tariant, galėtų suvokti tas reikšmes, kurioms pati nuotrauka suteikia pirmenybę. Ir skaitytojas, ir nuotrauka kartu sukuria dominuojančią reikšmę ir taip bendradarbiaujantis skaitytojas tampa asmenybe, turinčia tam tikrą nuostatų visumą, sutampančią su vyraujančia vertybių sistema ir likusia visuomene. Taip veikia ideologija.

Ideologija

Yra daug ideologijos apibrėžimų. Įvairūs autoriai skirtingai vartoja šį terminą, ir nelengva iki galo suprasti, kaip jis vartojamas kokiame nors kontekste. Raymondas Williamsas (1977) nustato tris pagrindines vartosenas:

1. Įsitikinimų sistema, būdinga tam tikrai klasei ar grupei.
2. Iliuzinių tikėjimų sistema – klaidingos idėjos, klaidinga sąmonė, – kurią galima priešinti teisingoms, arba mokslo, žinioms.
3. Bendras reikšmių ir idėjų kūrimo procesas.

Šios reikšmės nebūtinai prieštarauja viena kitai: bet kuria reikšme pavartotas žodis gali visai teisėtai apimti kitų elementus. Tačiau vis dėlto jos pažymi skirtingus reikšmių akcentus. Nuosekliai ištyrinėkime juos.

Pirmoji vartosena. Ji yra artimesnė psichologų vartojamai reikšmei. Psichologai vartoja žodį „ideologija" nurodydami, kaip įsitikinimai organizuojami į nuoseklią visumą. Pavyzdžiui, pažvelkime į žmogų, kuris turi tam tikrų įsitikinimų apie jaunimą. Jis mano, kad pora metų tarnybos nacionalinėje armijoje užgrūdins jaunuolius ir išspręs didžiąją dalį mūsų socialinių problemų. Gana patikimai galime spėti, kokie bus šio žmogaus įsitikinimai apie tokius dalykus, kaip nusikaltimas ir bausmė, klasė, rasė ir religija. Jei mūsų spėjimai teisingi, galime sakyti, kad jis vadovaujasi dešiniąja, autoritarine ideologija. Būtent ji suteikia pavidalą ir nuoseklumą jo pažiūroms ir leidžia jas patenkinamai suderinti vieną su kita. Arba, kaip trumpai sako Brockreide'as (1968), „pažiūros kyla iš ideologijos".

Tačiau tik nedaugelis psichologų eina toliau ir teigia, kad ideologiją lemia visuomenė, o ne galbūt nepakartojamas individo pažiūrų ir patirties kompleksas. Marksistai, linkę savintis šį terminą, visada sieja ideologiją su visuomeniniais santykiais. Ji yra socialiai determinuota, o ne individualistinė. Marksistai teigia, kad ideologiją lemiantis socialinis veiksnys yra klasė, darbo pasidalijimas.

Antroji vartosena. Tai leidžia mums natūraliai pereiti prie antrosios Williamso nurodytos termino vartosenos. Williamsas sako, kad praktiškai pirmoji ir antroji vartosenos neišvengiamai susipina. Tuomet ideologija tampa kategorija, apibrėžiančia iliuzijas ir klaidingą sąmonę, kuri padeda valdančiajai klasei valdyti dirbančiųjų klasę. Kadangi valdančioji klasė kontroliuoja pagrindines ideologijos propagandos ir skleidimo visuomenėje priemones, ji gali priversti dirbančiuosius suvokti savo priklausomybę kaip „natūralią" ir todėl teisingą būseną. Kaip tik čia glūdi neteisybė. Šios ideologijos priemonės apima švietimo, politikos ir teisės sistemas, taip pat žiniasklaidą ir leidybą.

Toks mūsų Notting Hillo fotografijos perskaitymas paaiškina, kaip reikšmės priklauso nuo vyraujančios ideologijos, į kurią fotografija panardina skaitytoją. Ši ideologija apima prielaidą, kad policija yra teisinga, nevartoja smurto, gina mūsų įstatymus ir tvarką, kad ji yra *mes*. Kita vertus, spalvotasis jaunimas yra agresyvūs ir antisocialūs *jie*. Pati savaime, kaip unikalus ir diskretus tekstas, fotografija nebūtinai siūlys mums kurti šias reikšmes. Tačiau, žinoma, ji negali būti suvokiama atskirai. Nuotrauka yra mūsų kultūrinės patirties dalis: jos perskaitymui įtaką daro kitų demonstrantus ar riaušes kontroliuojančių policininkų nuotraukos. Vieno teksto generuojamas reikšmes iš dalies apibrėžia į jį panašių tekstų reikšmės. Tai vadinama intertekstualumu. Šios knygos skaitytojas gali surinkti tokioje situacijoje atsidūrusių policininkų atvaizdų rinkinį ir stebėti, kaip intertekstualumas atskleidžia daugelio nuotraukų ideologijos jėgą. Stuartas Hallas (1973b) pateikia išsamią ir įtikinamą nuotraukos iš spaudos analizę. Nuotraukoje pavaizduotas policininkas, kuriam spiria demonstracijos prieš Vietnamo karą Grosvenoro aikštėje dalyvis. Ideologiškai jo ir mūsų pateiktos nuotraukos visiškai sutampa.

Trečioji vartosena. Iš visų trijų ji yra bendriausia. Tiesą sakant, visas tris vartosenas galima lyginti su kinų dėžutėmis: pirmoji yra įdėta į antrąją, kuri yra trečiojoje. Ideologija šiuo atveju – tai terminas, apibūdinantis socialinį reikšmių kūrimą. Kaip tik taip jį vartoja Barthes'as, kalbėdamas apie konotatus, tai yra apie konotacijos raiškas, kaip apie „ideologijos retoriką". Šitaip naudojama ideologija tampa antrojo lygmens reikšmių šaltiniu. Mitai ir konotuojamos vertybės tokiais tampa dėl ideologijos, o šiai patogu jais save išreikšti.

Ženklai, ideologija, prasmės

Pavyzdys padės mums išsiaiškinti, kaip veikia ideologija, ženklais kurdama prasmes. Fiske (1979) išanalizavo mokyklinę televizijos programą, transliuotą BBC 1979 metų kovo 1 dieną. Ji vadinasi „Maistas ir gyventojai", o svarbiausia laidos mintis išreikšta šiais komentatoriaus žodžiais: „Dabar yra žinoma, kaip pagaminti pakankamai maisto nuolat augančiam gyventojų skaičiui, tačiau daugelis badauja, nes mokslininiai sprendimai neįgyvendinami praktiškai". Šią mintį išreiškia filmas apie Peru, kuriame priešpriešinamas primityvus Andų kaimų žemės ūkis ir miestų bei išvystytos pakrantės mokslo ir technikos pažanga. Tačiau ši mintis taip pat yra ideologinė: teiginys turi prasmę tik tada, kai jos autoriai ir auditorijos nariai priklauso mokslu grindžiamai kultūrai. Programos struktūra apima tam tikras akivaizdžias opozicijas:

žemės ūkio mokslas	:	tradicinis ūkininkavimas
rinkos ekonomika	:	natūrinis ūkis
miestas	:	kaimas
vaikai kaip išlaikytiniai	:	vaikai kaip darbo jėga
pažanga	:	sąstingis, ciklinė kultūra
permainos	:	tradicija

Esminė binarinė opozicija, struktūrizuojanti programą, yra *mokslas* ir *nemokslas*. Giluminė programos struktūra, ideologinė sistema, gali būti išreikšta taip:

Mes esame *jiems*, kaip *mokslas – nemokslui.*

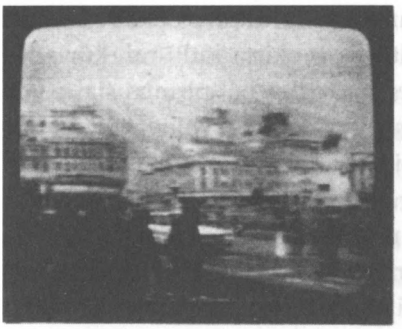
9 iliustracijoje pateikiami kai kurie šios struktūros pasireiškimai programoje. Programa sukurta kultūros ir skirta kultūrai, kurią išreiškia kairioji struktūros pusė – *mes* ir *mokslas*, bet pirmiausiai ji yra apie dešinėje esančius *juos* ir *nemokslą*. Praktiškai tai akivaizdžiai parodoma tokiomis priemonėmis, kaip kai kurie išsamūs ir kiek globėjiški komentarai, aiškinantys nemokslo kultūros vertybes ir požymius, tuo tarpu apie mokslo kultūrą nekalbama, nes daroma prielaida, kad ji yra savaime suprantama. Ši prielaida, kad mokslo kultūros vertybės yra tokios kertinės, taip plačiai pripažįstamos bendromis, tokios *natūralios*, kad apie jas nereikia nė kalbėti, yra tai, ką Barthes'as (1973) vadina „eksnominacija", tai yra veikiančia ideologija.

Mokslo ideologija

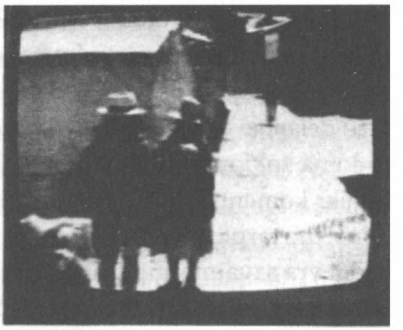
Iš tikrųjų ta programa yra apie mokslo ideologiją. Pažiūrėkite į 10a ir 10b kadrus. Jų signifikantai skirtingi, tačiau signifikatas tas pats – tai sąvoka, kuri jau turi būti mumyse, kad galėtume suprasti „mokslo" ženklus. Akivaizdžiai matosi neesminiai signifikatų skirtumai, tačiau signifikanto branduolys yra bendras abiem ženklams. Nemokslo kultūros nario, esančio dešinėje struktūros pusėje, sąvokos neišvengiamai skiriasi nuo mūsų. Signifikatai bus tokie pat abiejose kultūrose, tačiau turinys iš esmės skirsis. Turinio skirtumas reiškia ideologijų skirtumus.

Antrajame reikšmės lygmenyje mokslą suprantame pagal Barthes'o mitą, kuris apima tokias sąvokas, kaip „mokslas – galingiausias problemų sprendimo įrankis", „mokslas – žmogaus sugebėjimas suprasti ir valdyti gamtą", tai yra jis – mūsų materialinio klestėjimo ir saugumo šaltinis, jis atstovauja vieną iš didžiausių žmonijos pasiekimų. Todėl jo konotacijose slypi teigiamos moralinės ir funkcinės vertybės: jis yra geras ir naudingas. Žinoma, egzistuoja ir priešingas mitas su atitinkamomis priešingomis konotacijomis. Šiuo metu jį pripažįsta konservatyvioji aplinkosaugos šalininkų subkultūra. Tačiau vyraujantis mitas apima tas sąvokas, kurias mes apibūdinome.

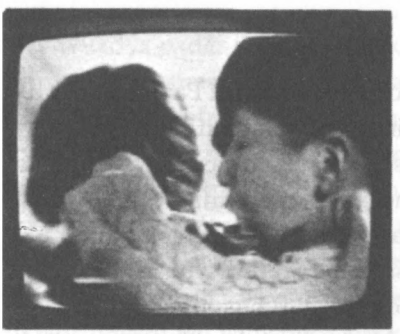
Šios mokslo antrojo lygmens reikšmės kyla iš vyraujančios mūsų kultūroje ideologijos, kuri aiškina istoriją kaip pažangą, permainas – kaip neišvengiamą kitimą į gerą. Ši ideologija suteikia pirmenybę materialinei gerovei, ji yra kapitalistinė ir konkurencinė. Tačiau tradicinei



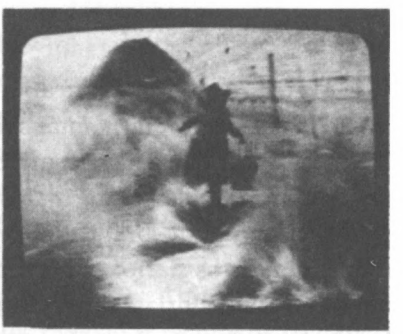
Miestas



Kaimas

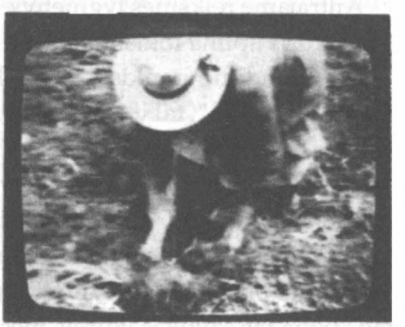


Vaikai: išlaikytiniai

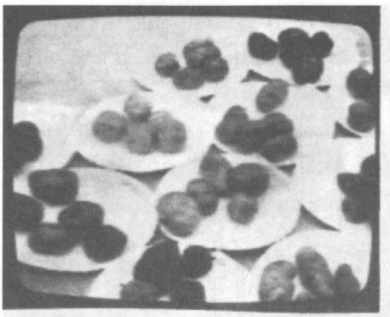


Vaikai: darbo jėga

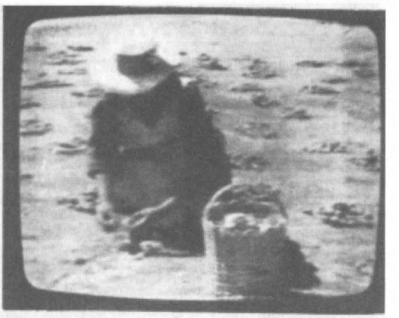
Moterų darbas mieste



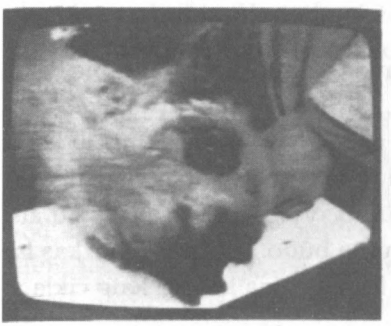
Moterų darbas kaime

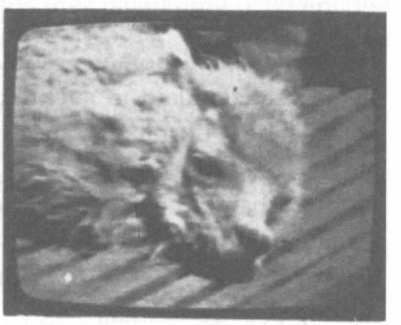


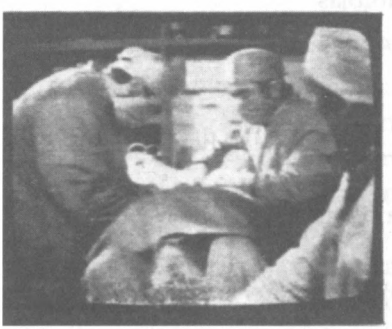
Bulvės: laboratoriniai pavyzdžiai



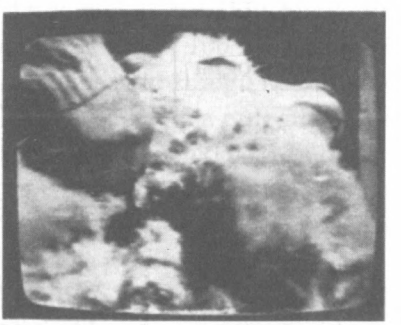
Bulvės: saulėje džiūstantis derlius







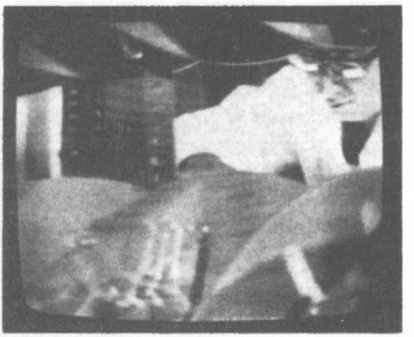
Alpaka ant operacinio stalo



Alpaka ant vilnos kirpimo stalo

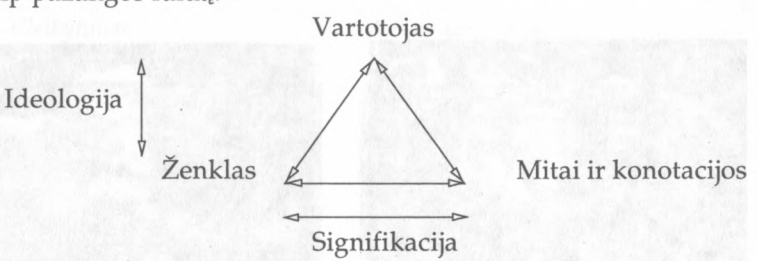
9 iliustracija. *Mokslas ir nemokslas*

10a iliustracija. *Mokslas*



10b iliustracija. *Mokslas*

žemės ūkio bendruomenei, kokia buvo vaizduojama filme apie Peru, šie mokslo ženklai turi svetimumo, kuriuo negalima pasitikėti, konotaciją. Jie iš tikrųjų gali sužadinti mokslo mitą, reiškiantį „jų kerai galingi, bet mums netinka", jie gali visiškai netikti ideologijai, kuri vertina išbandytus ir patikrintus būdus, vyresniųjų ir protėvių autoritetą, bendruomenės ir jos gyvenimo būdo tęstinumą kur kas labiau negu permainas ir tobulėjimą, kuri aiškina istoriją kaip ciklą, o ne kaip pažangos raidą.



28 pav.

Ideologija ir signifikacija

Aptariama laida nėra specialiai ar ypatingai šališka. Ji, kaip ir visi kiti komunikacijos veiksmai, dalyvauja normaliame ideologiniame reikšmės kūrimo procese. Šio proceso centre yra bendri kultūros nariams mitai ir konotuojamos vertybės. Vienintelis būdas sukurti ir

išlaikyti jų bendrumą – dažnai naudoti šias vertybes ir mitus komunikacijoje. Pavartojus ženklą, kiekvieną kartą sustiprinamas jo antrojo lygmens reikšmės gyvenimas kultūroje ir vartotojo sąmonėje. Taigi mes turime trikampį tarpusavio santykių modelį (28 pav.). Visų tarpusavio santykių, nurodytų abipusėmis rodyklėmis, egzistavimas ir raida priklauso nuo dažno jų vartojimo. Vartodamas ženklą, žmogus palaiko jo apyvartą, išsaugo kultūros konotuojamas vertybes ir mitus tik atsiliepdamas į jų vartojimą komunikacijoje. Santykis tarp ženklo, jo mitų ir konotacijų iš vienos pusės ir vartotojo iš kitos yra ideologinis.

Ženklai suteikia mitams ir vertybėms konkrečią formą, taip juos skiepija ir skelbia. Vartodami ženklus mes palaikome ir įkvepiame gyvybę ideologijai, bet ši ideologija ir mūsų reakcija į ideologinius ženklus savo ruožtu formuoja mus. Kai ženklai iškelia į viešumą mitus ir vertybes, šie gali atlikti kultūros identifikacijos funkciją: jie leidžia kultūros nariams nustatyti savo priklausomybę kultūrai, priimant bendrus vienijančius mitus ir vertybes. Pavyzdžiui, aš žinau, kad esu vakarietiškos kultūros narys, nes, imant vieną iš daugelio identifikacijos atvejų, aš suprantu mokslą to paties mito ribose ir suteikiu jam tas pačias konotuojamas vertybes, kaip daugelis Vakarų pasaulio gyventojų. Mano ir mano draugų ideologija yra bendra. Kalbant konkrečiai, 10a ir 10b iliustracijoms aš suteikiu teigiamų vertybių, aukšto statuso ir patikimumo prasmes. 10b iliustracijoje vaizduojamą mokslinį įrenginį aš suvokiu ne kaip žmogų nugalinčio mokslo įvaizdį (o tai visai įmanoma). Mano ideologija nulemia prasmes, kurias aš priskiriu sąveikaudamas su šiais ženklais. Konotatai ir mitai, Barthes'o žodžiais tariant, yra „mano ideologijos retorika".

Taigi ideologija pagal trečiąją vartoseną – tai ne statiškas vertybių ir įsitikinimų rinkinys, o praktika. Ideologija įteisina mane, kaip ypatingos mokslu grindžiamos Vakarų kultūros narį, jau vien tuo, kad aš galiu vartoti ir tinkamai reaguoti į ženklus, konotacijas ir mitus. Dalyvaudamas savo kultūros reikšmių kūrimo praktikoje aš tampu ideologijos tęstinumo priemone. Reikšmė, kurią aš randu ženkle, kyla iš ideologijos, kurioje egzistuoja ir ženklas, ir aš pats: surasdamas šią reikšmę aš apibrėžiu savo santykį su ideologija ir visuomene.

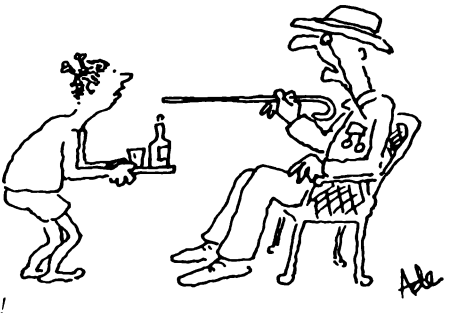
Gali atrodyti, kad šioje diskusijoje apie mokslo ideologiją daromos prielaidos, jog mokslui visi lygūs, mokslas visuomenės atžvilgiu yra neutralus, o mokslu grindžiamos visuomenės gaunama nauda visiems paskirstoma po lygiai. Žinoma, taip nėra. Mokslas ir technologija glaudžiai susiję su patriarchaliniu kapitalizmu. Tai reiškia ne tik tai, kad mokslas naudojamas didinti didžiojo verslo pelną, o iš šių daugiausiai naudos gauna vidurinioji klasė, bet ir tai, kad mokslas yra vienas iš kur kas sunkiau nusakomos socialinės galios naudojimo būdų. Mokslininkus ugdo universitetai, o universitetų sistemoje paprastai geriausiai sekasi kilusiems iš viduriniosios klasės šeimų: aukščiausią išsilavinimą turintys asmenys ne tik tampa dominuojančia klase, jie taip pat iš jos ateina. Mokslas padeda išlaikyti dabartines galios struktūras.

Mokslas aktyviai reiškiasi tiek klasių, tiek ir lyčių politikoje. Mūsų visuomenėje yra kur kas daugiau vyrų mokslininkų negu moterų: tai neturi nieko bendra su įgimtais natūraliais vyrų ir moterų skirtumais, o yra dalis socialinių, todėl ir ideologinių vyriškumo ir moteriškumo skirtumų. Juk galiausiai mokslas yra gamtos pasaulio valdymo priemonė; taigi visuomenėje, kurioje vyrai valdo socialinį pasaulį, atrodo natūralu šį galios naudojimą pratęsti ir į gamtos pasaulį. Apie moteris mokslininkes, kurių vis dėlto yra, vyrauja nuomonė, kad jos nemoteriškos arba bent jau keistos (išskyrus „globos" ir „slaugos" mokslų, pavyzdžiui, medicinos, atstoves). Taip, pateikdama esamo galios paskirstymo visuomenėje vaizdą kaip „normalų" ir „natūralų", veikia ideologija.

Šią ideologijos, kaip aktyvios politinės jėgos visuomenėje, o ne kaip idėjų ar mąstymo būdų rinkinį, sampratą išsamiai nagrinėsime vėliau. Nors ideologija *yra* įprasminimo būdas, šis įprasminimas visada turi socialinį ir politinį matmenį. Galima sakyti, kad ideologija yra socialinė praktika.

Kaip suprasti ideologiją

Ideologijos, kaip praktikos, teoriją išrutuliojo Louisas Althusseris (1971), antrosios kartos marksistas, kuriam darė įtaką Saussure'o ir



Kalbėk semiotiškai, kvaily!

Freudo teorijos – dėl to jis pasąmonės ir struktūros teorijas derino su labiau ekonomika pagrįstomis Marxo teorijomis. Marxas suprato ideologijos sąvoką gana tiesmukai. Tai priemonė, kuriai padedant visa visuomenė priima valdančiosios klasės idėjas kaip normalias ir natūralias. Visi pažinimo rezultatai turi klasinį pobūdį: jie pažymėti klasinės kilmės antspaudu ir veikia tos klasės naudai. Marxas suprato, kad priklausomos, tai yra darbininkų, klasės nariams primetamas jų socialinės patirties, visuomeninių santykių ir jų pačių supratimas naudojant ne *jų* idėjų sistemą, o ateinančią iš klasės, kurios ekonominiai, politiniai ir socialiniai interesai ne tik skiriasi nuo darbininkų klasės, bet yra jai visiškai priešingi.

Pagal Marxą, buržuazinė ideologija gramzdina darbininkus, arba proletariatą, į *klaidingos sąmonės* būseną. Žmonių sąmoningą suvokimą apie tai, kas jie yra, koks jų santykis su likusia visuomene, o kartu ir jų socialinės patirties įprasminimą gimdo visuomenė, o ne gamta ar biologija. Mūsų sąmonę lemia visuomenė, kurioje gimėme, o ne mūsų prigimtis ar individuali psichologija.

Susidūrimo tarp spalvotųjų ir policijos nuotraukoje 6 skyriuje galime matyti praktišką šios teorijos pavyzdį. Priklausomų klasių narių, baltųjų ar spalvotųjų, kurie įprasmino šią nuotrauką pagal „valdančiosios klasės idėjas" (tai yra pagal baltųjų viduriniosios klasės mitus), „sąmonė yra klaidinga" ne tik nuotraukos ir joje vaizduojamų įvykių, bet ir jų pačių bei jų visuomeninių santykių atžvilgiu. Šios „valdančiosios klasės idėjos" nurodo, kad incidento prasmė glūdi spalvotojo jaunimo prigimtyje, nes jis yra „natūraliai" agresyvus, netvarkingas, nesilaiko įstatymų, o policija yra nešališkas įstatymo

atstovas, objektyviai ir sąžiningai besielgiantis su visomis visuomenės klasėmis. Taigi jos sąmonė yra „buržuazinė", o fotografas „formuoja" skaitytojus kaip buržuazijos subjektus, pripažįstančius, kad jų santykis su socialine ekonomine sistema yra teisingas ir natūralus, todėl jie kuria „sveiku protu" pagrįstas socialinės patirties, taip pat ir nufotografuoto incidento, prasmes. Tai yra klaidinga sąmonė, nes ji neigia „tikrąją prasmę", pagal kurią šį konfliktą sukelia visuomeniniai santykiai, o ne spalvotųjų prigimtis: jų kartėlį gimdo visuomenė, kuri nuolat stumia juos į nepalankią padėtį, o viduriniosios klasės baltiesiems teikia privilegijas. Tokia sąmonė negali matyti policijos, kokia ji yra „iš tikrųjų", – t.y. gynėja įstatymo, sukurto apsaugoti nuosavybę ir galią turinčiųjų interesus, o kartu išlaikyti *status quo*, saugantis bet kokių socialinių permainų.

Ideologijos, kaip klaidingos sąmonės, sąvoka Marxo teorijoje buvo labai svarbi, nes atrodė, kad ji paaiškina, kodėl daugelis kapitalistinės visuomenės narių priima jiems nepalankią visuomeninę sistemą. Tačiau Marxas tikėjo, kad ekonominė „tikrovė", bent jau per ilgą laikotarpį, yra įtakingesnė negu ideologija, ir kad darbininkai neišvengiamai nugalės buržuaziją ir sukurs visuomenę, kurioje viena klasė nedominuos ir neišnaudos daugumos, o todėl vienai nereikės laikyti kitos klaidingos sąmonės būsenoje. Sąžiningoje ir lygioje visuomenėje ideologija nereikalinga, nes kiekvieno sąmonė apie save ir visuomeninius santykius bus tikra. Ši teorija spalvotojo jaunimo kartėlį aiškintų kaip ženklą, kad jų socialinė ekonominė tikrovė veikia stipriau, negu vyraujančios ideologijos pastangos gali priversti ją priimti kaip natūralią.

Tačiau dvidešimtame amžiuje darosi vis aiškiau, kad vidinė revoliucija nesugriaus kapitalizmo, o socialistinė revoliucija Rusijoje nepaplis po visą likusią Europą ir Vakarų pasaulį. Vis dėlto kapitalizmas yra nepalankus daugeliui visuomenės narių ir juos išnaudoja mažumos naudai. Norėdami tai paaiškinti, tokie marksistai kaip Althusseris (1971) išplėtojo kur kas sudėtingesnes ideologijos teorijas, kurios išlaisvino ideologiją iš labai glaudžių priežasčių ir padarinių santykių su ekonominiu visuomenės pagrindu ir iš naujo apibrėžė ją kaip nuolatinę ir visur prasismelkiančią praktinės veiklos sistemą, kurioje dalyvauja visos klasės, o ne kaip idėjų rinkinį, kurį viena klasė primeta

kitai. Tai, kad visos klasės dalyvauja šioje praktinėje veikloje, nereiškia, kad ta veikla nebetarnauja dominuojančios klasės interesams, nes būtent taip ir yra; bet reiškia, kad ideologija yra kur kas veiksmingesnė, negu manė Marxas, nes ji veikia iš vidaus, o ne iš išorės – ji giliai įsišaknijusi visų klasių mąstysenoje ir gyvenimo būde.

Pavyzdžiui, pora aukštakulnių batelių neprimeta moterims valdančiosios lyties (vyrų) idėjų iš išorės, tačiau jais avinti moteris dalyvauja patriarchato ideologijos praktikoje galbūt netgi daugiau, negu ideologija reikalauja. Avėdamos jais, moterys pabrėžia tas kūno dalis, kurias patriarchatas išmokė mus vertinti kaip patrauklias vyrams – sėdmenis, šlaunis, krūtis. Tokiu būdu moteris kuria savo, kaip patrauklaus vyrui objekto, įvaizdį, ir kartu pasiduoda vyro galiai (teigiamai arba neigiamai ją vertinti). Batelių avėjimas taip pat riboja jos fizinį veiklumą ir jėgą – jie supančioja moterį ir verčia ją atsargiai judėti, taigi batelių avėjimas – tai moterų priklausomos padėties patriarchate praktika. Moteris aukštakulniais bateliais aktyviai atkuria ir leidžia į apyvartą patriarchato lyčių prasmes, kurios diegia vyriškumo kaip stipresnio ir aktyvesnio, o moteriškumo kaip silpnesnio ir pasyvesnio elementų sampratas.

Vienas iš visur esančių ir paslėptų praktinių ideologijos pasireiškimų yra tai, ką Althusseris vadina „interpeliacija", arba „kreipimusi". Jis labai tinka ir šiai knygai, nes praktiškai šis reiškinys vyksta kiekviename komunikacijos veiksme. Visa komunikacija kam nors skiriama, o pasiekusi adresatus ji kuria jų visuomeninius santykius. Pripažindami save adresatu ir atsiliepdami į komunikaciją, mes dalyvaujame savo socialiniame, kartu ir ideologiniame tapsme. Jei gatvėje išgirstate šūksnį „Ei, tu!", galite arba atsigręžti manydami, kad kreipiamasi į jus, arba nekreipti dėmesio, nes žinote, kad *visiškai niekas* taip su jumis nekalba, – tokiu būdu jūs nepripažįstate šūksnyje slypinčio santykio. Visa komunikacija mus kaip nors interpeliuoja arba kviečia: pavyzdžiui, aukštakulnių batelių pora kviečia moteris (ar vyrus), kurios „atsiliepia" avėdamos arba mėgdamos juos, tapti patriarchato subjektu. Moteris, kuri pripažįsta save adresatu ir avi juos, pasirenka priklausomą padėtį lyčių santykiuose; vyras, kuriam patinka, kai ji juos avi, taip pat pasirenka padėtį, tik priešingą – jis yra priskiriamas prie turinčiųjų galią.

Panašiai atsitinka, jei mes leidžiame, kad į mus kreiptųsi arba su mumis kalbėtų taip, kaip tai daroma reklaminiame skelbime (15 iliustracija, p. 221), – tada mes skiriame sau vyriško viduriniosios klasės subjekto socialinę padėtį. Priimti moteriškumą kaip tyrumo, o vyriškumą kaip žalčio tvirkintojo įvaizdį ir „sveiku protu" pripažinti, kad vyras yra suvedžiotojas, o moteris suvedžiojamoji – tai patriarchato praktika. Rafinuotas, egzotiškas gėrimas, šiuo atveju panaudotas kaip socialinio statuso ženklas, suteikia ypatingą buržuazinį atspalvį. Reklaminis skelbimas siūlo mums, vyrams ir moterims, susitapatinti su vyriškuoju žalčio, alkoholio ir suvedžiojimo įprasminimo būdu, kartu taip įprasminant ir save: taip skelbimas mus priskiria prie savo skaitytojų. Šį momentą svarbu pažymėti, nes jis rodo, kad interpeliacija gali perkelti mus į ideologinę kategoriją, kuri galbūt skirsis nuo tikrosios mūsų socialinės kategorijos. Taip moterys gali atsidurti vyrų padėtyje, suvokti save ir savo visuomeninius santykius kaip vyriškus; spalvotieji atsidurti baltųjų, darbininkų klasė – viduriniosios klasės padėtyje ir taip toliau. Komunikacija yra socialinis procesas, todėl neišvengiamai turi būti ideologinė: interpeliacija yra esminė ideologinės praktikos dalis.

Althusserio ideologijos, kaip praktikos, teorija – tai Marxo klaidingos sąmonės teorijos išplėtojimas, tačiau ji vis tiek pabrėžia ideologijos vaidmenį siekiant išlaikyti mažumos galią daugumai ne prievartos priemonėmis. Kitas Europos antrosios kartos marksistas Antonio Gramsci įtraukė į šią sritį naują terminą – *hegemonija*, kuris leidžia mums galvoti apie ideologiją kaip kovą. Trumpai sakant, hegemonija – tai nuolatinis ir pasikartojantis procesas, kurio metu valdančioji sistema priverčia daugumą jai pritarti. Labiau negu Marxas ir Althusseris, Gramsci pabrėžia du elementus – pasipriešinimą ir nepastovumą.

Hegemonija yra būtina ir turi veikti ypač stipriai, nes socialinė priklausomų grupių (pagal klasės, lyties, rasės, amžiaus ar bet kokį kitą požymį) patirtis nuolat neigia jų pačių ir jų socialinių santykių įvaizdį, kurį piešia vyraujanti ideologija. Kitaip tariant, vyraujanti ideologija nuolat sutinka pasipriešinimą ir turi jį nugalėti, kad pasiektų liaudies pritarimą jos propaguojamai visuomeninei santvarkai. Pasipriešinimą galima įveikti, bet jo negalima sunaikinti. Taigi

kiekviena hegemonijos pergalė, kiekvienas išgautas pritarimas yra nepastovus; negalima tikėtis, kad jis išsilaikys savaime, todėl jo nuolat reikia siekti ir kovoti dėl jo iš naujo.

Viena esminių hegemonijos strategijų yra „sveiko proto" pažiūrų formavimas. Jei valdančiosios klasės idėjas galima priimti kaip „sveiką protą" (t.y. nepriklausomą nuo klasės), jų ideologinis tikslas pasiektas, o ideologijos veikimas užmaskuojamas. Pavyzdžiui, „sveiko proto" požiūriu mūsų visuomenėje nusikaltėliai yra nedori arba silpnapročiai individai, kuriuos reikia bausti arba gydyti. Toks „sveikas protas" maskuoja faktą, kad tarp įstatymų laužytojų yra neproporcingai daug vyrų iš nepalankių arba neturinčių galios socialinių grupių – jie yra „ne tos" rasės, klasės arba amžiaus. Taip „sveikas protas" išbraukia galimą nuovoką apie tai, kad nusikalstamumo priežastys yra daugiau socialinės, o ne individualios, kad mūsų visuomenė moko vyrus, jog jų vyriškumas priklauso nuo sėkmės (kurią įprasta matuoti materialiniu atlygiu arba socialine pagarba), o vėliau nesuteikia jiems jokių galimybių jos siekti. „Įstatymus gerbiantys piliečiai", kurie dažniausiai „netyčia" priklauso toms klasėms, kurios turi daugybę kelių siekti socialinės sėkmės, taip išlaisvinami iš atsakomybės galvoti, kad nusikalstamumas gali būti sistemos, kuri suteikia jiems tiek daug privalumų, produktas, o problemos sprendimas gali pareikalauti, kad jie atsisakytų kai kurių savo privilegijų. Todėl „sveikas protas", teigiantis, kad nusikalstamumas yra nedoro individo, o ne neteisingos visuomenės funkcija, yra buržuazinės ideologijos dalis, o tai, kad jį priima priklausomos grupės (ir netgi patys nusikaltėliai, manantys, kad užsitarnavo bausmės ir kad baudžiamosios teisės sistema yra teisinga visiems), rodo hegemonijos veikimą. Jų pritarimas visuotinei išminčiai yra hegemonijos pergalė, net jeigu ji laikina.

Ideologijos teorijos pabrėžia, kad komunikacija ir visos prasmės turi socialinį politinį matmenį, jų negalima suprasti be socialinio konteksto. Ideologinis darbas visada palankus išlaikyti *status quo*, nes galią turinčios klasės vyrauja ne tik prekių, bet ir idėjų bei prasmių kūrimo ir paskirstymo procesuose. Ekonominės sistemos organizavimas atitinka jų interesus, o ideologinė sistema kyla iš ekonominės ir ją propaguoja, natūralizuoja bei maskuoja. Nepaisant skirtumų,

visos ideologijos teorijos sutinka, kad ideologija veikia siekdama išlaikyti klasės dominavimą; jos skiriasi tuo, kaip aiškina šio dominavimo įgyvendinimą, jo efektyvumą ir sutinkamą pasipriešinimą.

Apibendrindami galime sakyti, kad Marxo ideologijos, kaip klaidingos sąmonės, teorija glaudžiai susieja ideologiją su ekonominiu visuomenės pagrindu ir tvirtina, kad jos neatitikimas materialinėms darbininkų klasės sąlygoms neišvengiamai sukels tą ideologiją pagimdžiusios ekonominės tvarkos perversmą. Marxas suprato ideologiją kaip vyraujančios mažumos idėjų primetimą priklausomai daugumai. Toji dauguma pagaliau turi suvokti šią klaidingą sąmonę ir pakeisti ją primetančią socialinę tvarką.

Althusserio ideologijos, kaip praktikos, teorija, atrodo, nemato jokių ideologijos ribų – nei jai skverbiantis į kiekvieną mūsų gyvenimo aspektą, nei istorinių. Ši ideologija stipri tuo, kad sugeba įtraukti priklausomas grupes į jos įgyvendinimą ir šitaip priversti jas konstruoti savo socialines tapatybes ar subjektyvius bruožus taip, kad jie derintųsi su ideologija ir prieštarautų tikriesiems socialiniams politiniams tų grupių interesams. Logiška šios teorijos išvada yra tokia: nuo ideologijos pabėgti neįmanoma, nes, nors mūsų reali socialinė patirtis jai prieštarauja, vienintelės šios patirties įprasminimo priemonės yra ideologiškai užprogramuotos, todėl vienintelis mūsų visuomeninių santykių ir socialinės patirties įprasminimo būdas yra tas, kurį praktikuoja vyraujanti ideologija.

Gramsci hegemonijos, arba ideologijos, kaip kovos, teorija kur kas labiau akcentuoja pasipriešinimą. Iš esmės sutikdamas su Althusseriu, kad priklausomos grupės gali pritarti dominuojančiai ideologijai ir dalyvauti jos propagandoje, jis savo teorijoje primygtinai tvirtina, kad materialinės ir socialinės sąlygos prieštarauja vyraujančiai sąmonei ir dėl to sukelia pasipriešinimą jai. Jis taip pat subtiliai ir įtikinamai, kaip ir Althusseris, aptaria vyraujančias struktūras, tačiau labiau pabrėžia pasipriešinimą, kurį ideologija turi nugalėti, bet niekada negali sunaikinti, todėl jo teorija galiausiai yra priimtinesnė, nes ji labiau atsižvelgia į prieštaravimus, iš kurių susidaro mūsų socialinė patirtis. Gramsci teorija rodo, kad socialinės permainos yra galimos, Marxo – kad jos neišvengiamos, o Althusserio – kad mažai tikėtinos.

Ideologinė analizė

11 iliustracija yra iš žurnalo *Seventeen* (Septyniolika), kuris skiriamas, kaip parašyta viršelyje, „skaitytojoms, sulaukusioms amžiaus, kai baigiasi mergaitė ir prasideda moteris". Kad padėtų joms peržengti ribą tarp mergaitės ir moters, jis leidžia į apyvartą moteriškumo prasmių rinkinį, apipavidalintą taip, kad atrodytų patrauklus ir tikroviškas jaunoms moterims, tačiau galų gale tarnautų tiems, kurie turi galią, t.y. viduriniosios klasės vyrams, – grupei, kurios interesai yra priešingi skaitytojų, kurioms skiriamas šis puslapis, interesams.

Pradėkime analizę nuo akivaizdžių dalykų, nes semiotika moko, kad didžiausia kultūros reikšmė slypi akivaizdžiausiuose ir paprasčiausiuose dalykuose: Althusseris ir Gramsci įspėjo mus dėl „sveiko proto" atliekamo ideologinio darbo. Darbo, kurį atlieka pati frazė, nes jos reikšmė, žinoma, yra ne „sveika" ir bendra, o klasinė, nepaisant to, kaip gerai būtų maskuojama klasinė valdančiosios klasės idėjų prigimtis. Akivaizdžiausias puslapio aspektas – jis pabrėžia išvaizdą bei šeimos gyvenimą ir tai susieja. Puslapis teigia, kad moterys yra tokios, kokios atrodo, o atrodo jos taip, kaip jas mato vyras, visų pirma sutuoktinis. Taip moterys skatinamos matyti (įprasminti) save kitos, valdančiosios, lyties akimis. Vidurinė puslapio skiltis kreipia žvilgsnį nuo idealios šeimos vaizdo iš televizijos serialo *Voltonų šeima* (*The Waltons*) per „mamos patiekalų" virimo knygą prie „June Cleaver karštinės", – jauna mergaitė, vilkinti tradicinę žirniuotą suknelę ir ryšinti baltą prijuostę su raukinukais, bet su užuomina į seksualinį nesivaržymą – palaidi plaukai ir šlaunis išryškinantis klubų judesys. Žodžiai nurodo prijuostę kaip esminį nuotraukos ženklą: „Prikyštės nuo šiol skiriamos ne vien tik virtuvėje. Vadinamosios prijuostėlės yra švelnios, koketiškos ir, na, labai mergaitiškos". Neryžtingai, abejojant padėti kableliai perduoda jaunų moterų nepasitikėjimą ir dvejones ir priskiria skaitytoją prie paauglių. Prijuostėlės ir prikyštės yra tas pats rūbas, bet prijuostėlė – tai vaikiškas variantas, o prikyštė skiriama suaugusiems: tokiu būdu susiejami mergaitės ir moters požymiai. Prikyštės funkcija – padaryti, kad moteris atrodytų švari. (Berniukai gali susipurvinti, nes purvas dera prie vyriškos

11 iliustracija. *Seventeen*

veiklos ir mažesnio rūpinimosi išvaizda, vyriškumą apibrėžia tai, ką berniukai *daro*, o ne tai, kaip jie atrodo. Purvas yra vyrų atnešamas ir moterų iškuopiamas.) Prijuostėlė apsaugo mergaitę nuo žaidimo purvo, prikyštė saugo moterį nuo darbo purvo, bet ir viena, ir kita išlaiko švaraus moteriškumo įvaizdį, taigi mergaitės žaidimas lengvai perauga į moters darbą (kaip parodyta virimo knygos viršelyje). Taip mergaitė „natūraliai" tampa moterimi, kurios darbas sukūrė milžinišką kiekį maisto, būtino maitinti šeimą viršutiniame paveikslėlyje. Po to maistą dalins vyras, tarsi šis *jam priklausytų*, o moters darbas tokiu būdu tampa nematomas: būtent moters darbas leidžia vyrui vadovauti šeimai. Apatinio paveikslo „koketiškumas" tiesiog turi patraukti vyrą, kurį moteris maitins ir kuriam tarnaus visą savo gyvenimą.

Kairioje skiltyje trys jaunos moterys save apibūdina savo išvaizda. Kiekviena pozuoja prieš fotoaparatą, pripažindama, kad tai ir yra jos vaidmuo, o būtent „ji yra fotografuojamas objektas"; nė viena iš jų nieko *nedaro*, visos tiesiog *yra* jų išvaizda. Jos atrodo pasyviai, vaikiškai ir paklusniai. Iš veido bruožų išryškintos tik akys ir burna: apatinė nuotrauka apšviesta taip, kad išnyktų visi kiti bruožai, visų trijų modelių makiažas ir išraiška sukelia tą patį efektą. Akių ir burnos akcentavimas – tai subjekto „infantilizacijos" būdas, lygiai taip pat, kaip piešiant meilius kūdikius, šuniukus, kačiukus, veršiukus ar paukštelius: jų didžiulės akys ir žavios burnytės išreiškia bejėgiškumą. Makiažas ir fotografavimo ypatumai atkuria moterų veiduose vaikiškumo prasmes. Tą patį daro ir pozos, nes kūnas visada atsiduria tokiose padėtyse, kurias Goffmanas (1979) išsamioje lyčių vaizdavimo reklaminiuose skelbimuose analizėje apibūdina kaip paklusnumo pozas (angl. *body cant*). Šios pozos išreiškia paklusnumą galingam tiesiam vyrui.

Centrinė mergina yra ypač infantilizuota. „Linksmojo veiduko" ženkliukas yra vaikiškas piešinys, kuris, kaip ir fotografija, vaizduoja tik akis ir burną, o mergina atrodo pati jauniausia arba berniukiškiausia iš visų trijų. Kitos dvi turi seksualinės brandos ženklų, kurie pridengia vaikiškumą. Centrinio modelio žaismingi ženkliukai pereina į viršutinės merginos „suaugusiųjų" permatomus kaklaraiščiais margintus marškinius, o vaikiškai sušiaušti plaukai virsta rafinuotai

suveltais apatinės merginos išvaizdoje. Tokiu būdu pakartojama centrinės skilties mergaitės žaidimo perėjimo į moters darbą tema. Tuo siekiama įteigti, kad mada (arba išvaizda) *yra* moters darbas – ji turi maloninti vyro žvilgsnį stilinga išvaizda lygiai taip pat, kaip maitinti jo kūną gaminamu maistu.

Dešinioji skiltis yra sudėtingesnė ir prieštaringesnė. Viena iš jos ideologinių funkcijų yra perkelti antraštės žodžių GAMTA, ŽINOJIMAS, TIESA, TIKROVĖ prasmes į kitose skiltyse siūlomas moteriškumo prasmes. Rūpestis dėl ekologijos ir taršos išreiškiamas deriniais „žinoti" „tikrą tiesą" apie „gamtą" (arba „teisinga tikrovės prigimtis", arba „tikroji gamtos tiesa" – šiuo atveju svarbi sąvokų asociacija, o ne gramatika). Puslapio autoriai nutylėjo ir užgniaužė susirūpinimą, kad kai kurios puslapio skaitytojos gali pamanyti, jog kosmetika ir mada yra nenatūralu, o gal net teršia tikrą, realų moters kūną. Potencialus rūpestis dėl tokios skaitytojų nuomonės yra *pakeičiamas* rūpesčiu dėl aplinkos. (Pakeitimas yra terminas, kurį ideologijos teorijos pasiskolino iš Freudo sapnų teorijos: jis vyksta, kai susirūpinimą kelianti tema psichologiškai ar ideologiškai užgniaužiama; rūpestis dėl jos gali būti išreikštas tik perkeliant jį į teisėtą, visuomenei priimtiną temą.) Rūpestis dėl aplinkosaugos žavi, jo priimtinumas visuomenei daro jį labai efektyviu perkėlimo objektu. Šis perkeltas kosmetikos ir taršos santykis slypi už reklaminio skelbimo „Niekada neatrodau pasidažiusi", skirto naujoms nematomoms pudroms, nes jos yra nematomos ir todėl neteršia veido natūralumo – jos yra ekologiškai patikimos!

Kitas terminas, vartojamas ideologinėje analizėje, yra *inkorporavimas*. Jis vartojamas apibūdinti procesą, kai dominuojanti klasė perima priklausomų grupių pasipriešinimo elementus ir panaudoja juos, kad išlaikytų *status quo*, o ne kad kovotų su jais. Jie inkorporuoja pasipriešinimą į vyraujančią ideologiją ir taip sunaikina jo opozicinį pobūdį. Šūkis „Nesijaudink, būk hipiu. Septintojo dešimtmečio dvasia grįžta – tie patys rūbai, maistas ir socialinių problemų suvokimas" – tai inkorporavimo pavyzdys. Septintojo dešimtmečio socialiniai sąjūdžiai – nuo laisvės žygių prieš rasizmą JAV Pietuose ligi pasaulinių protestų prieš Vietnamo karą ir antivyriausybinių studentų demonstracijų, kurios persirito per Europą ir JAV – buvo redukuoti į mados, muzikos stiliaus ir saugaus, respektabilaus visuomeninio rūpesčio dėl

ekologijos lygmenį. Čia nelieka vietos supratimui, kad tai, kaip socialinės problemos buvo suvokiamos septintajame dešimtmetyje, galėjo sukelti tokių padarinių, kaip Kento universiteto drama, kai Nacionalinė gvardija šaudė į beginklius demonstrantus ir užmušė keturis studentus. To dešimtmečio politinė opozicija buvo išsklaidyta ir inkorporuota į vyraujančią ideologiją.

Rokenrolas jo mėgėjams taip pat dažnai turi opozicines prasmes, bet šios taip pat yra išsklaidytos ir inkorporuotos į visuomenei priimtinus ekologinius rūpesčius ir judėjimus prieš taršą. Susiedamas šiuos visuomeninius sąjūdžius su rūpesčiu dėl gamtos, inkorporavimas slepia ir maskuoja tą politinį faktą, kad taršos priežastis yra kapitalizmas. Septintojo dešimtmečio hipiai tą puikiai suvokė, tačiau reikšminga yra tai, kad šio fakto žurnalo *Seventeen* puslapiuose nėra (*maskavimas* ir *reikšmingas nutylėjimas* yra kiti du paplitę ideologinės analizės terminai). „Grateful Dead" taip pat buvo inkorporuota. Pirmiesiems ir daugumai dabartinių grupės gerbėjų ji yra opozicinė, siūlanti alternatyvų gyvenimo būdą, priešingas vertybes ir antikapitalistines prasmes. Tačiau šiame puslapyje, kitaip nei septintojo dešimtmečio kultūrai ir „originaliajai" „Grateful Dead", kuri čia minima ir inkorporuojama, kapitalizmas nereiškia nieko bloga: tiesą sakant, kapitalizmas ne tik nėra problema, jis implikuojamas kaip paslėptas sprendimas, nes būtent kapitalizmas gamina prekes, reikalingas, kad mergaitė pakeistų išvaizdą (t.y. save pačią), taptų moterimi ir galėtų prižiūrėti namus vyrui ir vaikams. Taigi šios prekės leidžia jai tapti moterimi, kokia ji „iš tikrųjų yra". Pristatyti ekologiją kaip rūpestį dėl gamtos, o ne pateikti ją kaip protestą prieš kapitalizmą – dar viena šio puslapio ideologijos praktikos apraiška.

Dar viena tokia apraiška yra vartotojiškumas. Kapitalizmas yra sistema, kuri, be kita ko, gamina plataus vartojimo prekes, todėl prekių gamyba visiškai natūraliai tampa didžiosios ideologijos praktikos dalies šerdimi. Mes išmokstame suprasti savo troškimus pagal jų tenkinimui gaminamas prekes, mes išmokstame galvoti apie problemas siedami jas su jų sprendimui skirtomis prekėmis. Todėl brendimo ir mergaitės tapsmo moterimi problemos įrėminamos ir sprendžiamos prekėmis: prijuostė, virimo knyga, ženkliukai „Laimingas veidukas", šukuosenos, rūbai, kosmetika. Mūsų dirbtinės visuomenės

sugretinimas su gamta, kad pirmoji atrodytų natūrali, yra vartotojiškumo požymis – mes išbarstome natūralius perlus, kriaukles ir jūros arkliukus tarp papuošalų, o reklama (prekinė meno forma) padeda ekologijai televizijos reklaminiais skelbimais, vadinamais „Taršos sprendimai" (angl. *pollution solutions*). Fotografija iš filmo *Voltonų šeima* apibūdina šeimą vartojimo prekių aspektu: didelis, brangus stalas, už kurio vienu metu gali susėsti visi, išreiškia šeimos vienybę; didelis, ištaigingas namas, geros kokybės rūbai, gėlės, lėkštės, stalo įrankiai – viskas, kas išreiškia viduriniosios klasės gerovę, tampa esminiais kapitalistinės šeimos prasmės bruožais. Tai šeima, kuri *vartoja*, tai vartotojiška šeima. (Išėmus kadrą iš jo pirminio konteksto, maskuojamas faktas, kad serialo veiksmas vyksta didžiosios depresijos metais, o viena pagrindinių jo temų yra kova su skurdu. Nuotrauka neigia politiškai priešingas *Voltonų šeimos* prasmes ir inkorporuoja šeimą į sunkumų nepripažįstančią vartotojišką kapitalizmo aplinką.)

Visas žurnalas, žinoma, prikimštas reklaminių skelbimų, straipsnių apie madas ir kosmetiką, patarimų ir literatūros, reklamuojančios prekes ir kartu ginančios ekonominius jų gamintojų ir skirstytojų interesus. Moterų kūnai ir gyvenimai pristatomi kaip rinkinys problemų, kurioms spręsti siūlomos prekės; šis puslapis yra tarsi žurnalo mikrokosmosas. O pats žurnalas, savaime suprantama, yra pati svarbiausia prekė. Jo stipriai afišuojamas susirūpinimas jaunųjų skaitytojų interesais iš esmės pristato šiuos interesus taip, kad juos galėtų tenkinti tam tikros prekės, tarp jų ir pats žurnalas. Taigi jaunosioms skaitytojoms siūloma suvokti žurnalo interesus kaip savo tokiu pat būdu, kaip ideologija priverčia darbininkus pritarti buržuazinei sąmonei (Marxo teiginys) arba kaip moterys pripažįsta vyrų vertybes, niekindamos joms patinkančias televizijos programas (Morley tyrimo rezultatai).

Barthes'o vadinamieji moteriškumo ir šeimos *mitai* veikia kaip ir visi mitai, siekdami pateikti istoriją ir visuomenę kaip gamtos reiškinius. Todėl mitai šiame puslapyje neleidžia įžiūrėti Voltonų šeimos ir šiuolaikinės šeimos skirtumų, skirtumų tarp šiandieninės skaitytojos ir jos tėvų kartos, atėjusios iš septintojo dešimtmečio, nėra jokių skirtumų tarp dukteriai ir motinai skiriamos virimo knygos ar tarp mergaitės ir moters. Pagaliau jie panaikina puslapio leidėjų ir

skaitytojų interesų skirtumus. Tokius skirtumus gimdo istorija ir visuomenė, o užmaskuoja juos būdai, kuriais mitai natūralizuoja reikšmes. Taigi mitas teigia, kad mergaitės natūraliai tampa moterimis, kurios natūraliai tampa namų šeimininkėmis, ir taip reikšmingai nutylimas klausimas, kokiomis moterimis jos tampa ir kam tai naudinga. Egzistuojančios tvarkos natūralizavimas taip pat rodo ją kaip universalią ir todėl nekintamą (kaip gamta); kyla problema, ne kaip pakeisti socialinę sistemą, o kaip į ją įsiterpti (padedant teisingoms prekėms) ir kartu kaip ją išsaugoti.

Moterų džiaugsmus (flirtas jaunai ir motinystė subrendusiai) ir juos pasiekti leidžiančias prekes gamina patriarchalinio kapitalizmo sistema, įtvirtinanti priklausomą moterų padėtį; tiek, kiek moterys pripažįsta šiuos vartotojiškus džiaugsmus ir patiria juos kaip tikrus, tiek jos aktyviai propaguoja jų interesams priešingą ideologiją: jos dalyvauja hegemonijoje. Pripažindama, kad ji yra adresatas, kuriam skiriamas šis puslapis, skaitytoja praktikuoja patriarchalinę ideologiją; priimdama savo ir savo ateities vaizdinius kaip „sveiko proto" padarinius, ji padeda gauti jos ir kitų į ją panašių skaitytojų pritarimą sistemai, kuri galų gale yra naudinga tik viduriniosios klasės vyrams.

Pasipriešinimas

Šis žurnalo *Seventeen* puslapis yra geras hegemonijos veikimo pavyzdys, bet hegemonija turi veikti labai stipriai, nes kasdienė jaunų moterų patirtis ją neigia. Hegemonija yra priemonė, naudojama gauti jų pritarimą sistemai, kuri joms yra nepalanki, tačiau jos pergalės niekada nebūna visiškos ar pastovios, nes dėl prieštaringos kasdienio gyvenimo patirties kova niekada nesibaigia, ir kiekvienas vyraujančios ideologijos laimėjimas turi būti nuolat ginamas ir saugomas.

Marxo ir Althusserio teorijos yra naudingos tuo, kad atskleidžia visa apimantį ir apgaulingą vyraujančios ideologijos veikimą, tačiau tai pabrėždamos jos ignoruoja ir neįvertina kovos masto ir pasipriešinimo, su kuriuo ideologija susiduria. Abi teorijos linksta daryti prielaidą, kad ideologijos galiai beveik neįmanoma atsispirti. Todėl

ideologinė analizė daugiau dėmesio kreipia į tekstų nuoseklumą, į tai, kaip visi jų elementai susipina į tą pačią istoriją apie baltąjį patriarchalinį kapitalizmą. Tačiau hegemonijos teorija perkelia dėmesį į vyraujančias jėgas, skatindama ieškoti tekstuose silpnų vietų ir prieštaravimų ideologiniam vientisumui ir nuoseklumui. Pripažindama, kad šios galios visada bandys inkorporuoti pasipriešinimą, ji abejoja galutiniu tokios strategijos efektyvumu ir teigia, kad pasipriešinimo pėdsakai vis tiek išlieka. Hegemoninė teksto analizė leidžia identifikuoti šių prieštaravimų ir priešingų prasmių pėdsakus, tačiau tik etnografinis tyrimas gali nustatyti, ar jos iš tikrųjų suvokiamos ir veiksmingos.

Nesidažančios moters įvaizdis – tai strategija, leidžianti inkorporuoti daugelio jaunų moterų pasipriešinimą veido dažymo ideologinei praktikai. Daugelis jaučia, kad dažytis – reiškia parsiduoti sistemai, kad toks elgesys rodo, kaip lengvai jos paklūsta ir priima ne savo socialinę tapatybę arba klaidingai suvokia save. Šios nuostatos pėdsakų kartu su pasipriešinimu ir kapitalizmui, ir patriarchatui išlieka žurnalo *Seventeen* puslapiuose, ir jais remiantis galima skatinti jo opozicinį perskaitymą.

Pavyzdžiui, modelis viršutinėje kairiojoje nuotraukoje mūvi suplyšusius džinsus. Suplyšę džinsai gali būti pasipriešinimo vyraujančiai ideologijai ženklas – jie dėvimi ilgiau negu įprasta, todėl nauji džinsai perkami rečiau; mažutis, bet reikšmingas pasipriešinimas vartotojiškumui. Jie taip pat prieštarauja minčiai, kad „padorios" mergaitės (t.y. tokios, kurios tinka vedyboms su tokiais pat padoriais vyrais) turi būti švarios, tvarkingos ir gerai apsirengusios. Jie siūlo nors mažą užuominą į prasmes, prieštaraujančias visoms kitoms, taip uoliai peršamoms šiame puslapyje.

Kitame savo darbe (Fiske, 1989a) pateikiu ideologinės džinsų dėvėjimo praktikos etnografinį tyrimą. Pasirodė, kad džinsų mūvėjimas įtraukia į apyvartą tris pagrindines prasmių grupes, arba klasterius. Pirmoji – tai asociacijos su sunkiu darbu ir aktyviu poilsiu, su veikla ir pagarba darbui, ypač kai dirbama sau. Antroji – asociacijos, susijusios su Amerikos Vakarais: laisve, gamta, atšiaurumu, neformalumu, savarankiškumu, tradicija. Ir pagaliau egzistuoja amerikietiškumo ir socialinės darnos prasmės. Džinsai – tai unikalus Jungtinių Valstijų

įnašas į tarptautinę mados areną. Jie yra sutaikantis drabužis, kurį gali dėvėti abi lytys, visų klasių, rasių ir amžiaus žmonės – jie peržengia bet kurios socialinės kategorijos ribas ir skleidžia mitą, kad Amerikoje visi yra laisvi ir lygūs. Taigi tiems, kurių lytis ir amžius (ką jau kalbėti apie rasę ar klasę) leidžia pajusti, kad jie nėra tokie laisvi ir lygūs kaip kai kurie kiti bei skatina norą priešintis kai kurioms vyraujančioms džinsų prasmėms, suplėšyti džinsai gali reikšti pasipriešinimą vyraujančiai ideologijai. Žinoma, pramonė į tai reaguoja ir bando inkorporuoti tokį pasipriešinimą, gamindama modeliuotojo suplėšytus ar išblukintus džinsus, tačiau tokie modeliuotojo rūbai ir tikrieji rūbai yra skirtingi, ir šiuos skirtumus pripažįsta abiejų rūbų nešiotojai: kažkuri pasipriešinimo dalis visada lieka neinkorporuota.

Mergaitė kairiosios pusės viduryje dėvi „unisex" drabužį – berniukišką džinsinį kostiumą, kuris jai tinka, nes ji yra jauniausia iš visų pavaizduotų moterų, arčiausiai amžiaus, kai lyčių skirtumai nežymūs. Vis dėlto ir ji yra jau subrendusi jauna moteris, todėl jos siunčiami ženklai apie atsisakymą pripažinti lyčių skirtumus taip pat gali tapti užuominomis į pasipriešinimą ideologiškai suvaržytoms moteriškumo prasmėms, kurias propaguoja visas puslapis.

Kad šis puslapis būtų populiarus, kad jis tiksliai pasiektų numatytas skaitytojas, jame, be vyraujančios ideologijos balso, turi būti kai kurių opozicinės socialinės padėties ženklų. Be tokių prieštaravimų daugelis jo numatomų skaitytojų gali neatpažinti savęs kaip adresato; jos gali atsisakyti suvokti jo kreipimąsi ir komunikaciją neįvyks. Puslapis turi prieštarauti pats sau taip pat, kaip priklausomų grupių socialinė patirtis prieštarauja toms prasmėms, kurias joms siūlo vyraujanti ideologija. Hegemonijos teorija tvirtina, kad šio puslapio ideologijos siekis laimėti jaunų moterų pritarimą patriarchaliniam kapitalizmui – tai ne tik ideologinė praktika, bet ir ideologinė kova, ir kad pasipriešinimo ženklų, kuriuos jai reikia nugalėti, niekada neįmanoma išnaikinti; kai kurie jų visada išsilaikys ir pakurstys didesnį pasipriešinimą ateityje. Priklausomų grupių pritarimas vyraujančiai sistemai niekada nėra galutinis; nepasitenkinimo ir pasipriešinimo elementų visada išlieka, ir šio puslapio skaitytojų pritarimo laipsnis bus labai įvairus. Hegemonijos teorija numato, kad ne tokios

tradiciškos, maištingesnės jaunos moters prasmės gali mesti iššūkį ir galbūt netgi keisti vyraujančias prasmes. Todėl ji yra ir optimistiškesnė, ir pažangesnė negu teorijos, visą dėmesį skiriančios vyraujančiai ideologijai.

Išvada

Taigi priartėjome prie pabaigos. Atėjo laikas prisiminti įžangą, paaiškinti, kaip mes pradėjome komunikacijos studijas. Proceso mokykla su jos sveiko proto komunikacijos modeliais yra labai patraukli. Ji atrodo funkcionalesnė, skatina mus tobulinti komunikacijos įgūdžius, kurie leis daryti didesnį poveikį pasauliui. Ji supranta komunikaciją kaip lemiamą veiksnį, o komunikacijos tobulinimą – kaip socialinės kontrolės stiprinimo būdą. Iš jos atsirado patrauklūs ir įdomūs auditorijos bei komunikacijos poveikio tyrimai. Trumpai tariant, tai reklamos vadovo požiūris.

Tuo tarpu semiotika, didžiąja dalimi kilusi iš Saussure'o ir Peirce'o, domisi ne pranešimų perdavimu, o reikšmių mainais. Ji akcentuoja ne proceso etapus, o tekstą ir jo sąveiką su jį kuriančia ir priimančia kultūra: dėmesys kreipiamas į komunikacijos vaidmenį diegiant ir saugant vertybes, aiškinantis, kaip tos vertybės leidžia komunikacijai įgyti prasmę. Saussure'o ir Peirce'o susidomėjimas paties ženklo prigimtimi, o ne jo perdavimo procesu, žymi šį pokytį. Ši mokykla nepripažįsta nepavykusios komunikacijos sąvokos ir nelabai domisi jos efektyvumu ir tikslumu. Komunikacija turi įvykti: atvejis, kai mano reikšmės skiriasi nuo jūsų reikšmių, suvokiamas ne kaip komunikacijos nesėkmė, o kaip mūsų socialinių ar kultūrinių skirtumų požymis. O reikšmių išsiskyrimas pats savaime nebūtinai yra blogas: jis gali tapti kultūros turtingumo ir subkultūrų palaikymo šaltiniu. Jei norime sumažinti reikšmių skirtumus, tai, pagal šią mokyklą, turėtume to siekti ne gerindami komunikacijos proceso efektyvumą, o mažindami socialinius skirtumus, kitaip sakant, komunikaciją lemiantys veiksniai glūdi visuomenėje ir mus supančiame pasaulyje, o ne pačiame procese.

Žinoma, tai reiškia, kad kultūriniai ir socialiniai skirtumai neišvengiamai sukels tai, ką proceso mokykla supranta kaip komunikacijos sutrikimus. Kaip išsamų ir tinkamą pavyzdį paėmę pramonę, matysime, kad čia dėl darbo ginčų dažnai kaltinami komunikacijos sutrikimai. Taip aiškina proceso mokykla. Semiotikas pasakytų, kad komunikacijos sutrikimai neegzistuoja: kai darbininkai suranda prasmes, kurios skiriasi nuo vadybininkų žodžių ir veiksmų, tai yra socialinių ir kultūrinių skirtumų išraiška; ji pati tampa pranešimu apie socialinius santykius įstaigoje ar visuomenėje, todėl jos negalima ištaisyti tobulinant komunikacijos proceso efektyvumą.

Kitas tinkamas pavyzdys yra smurtas televizijoje. Proceso mokyklos šalininkai mato tiesioginį ryšį tarp smurto televizijos pranešime ir jo poveikio, pasireiškiančio smurtinėmis gavėjo reakcijomis. Semiotikas tvirtintų, kad jei skaitytojas buvo pastūmėtas smurtauti, tai smurto priežasčių reikia ieškoti tiek socialinėje kultūrinėje jo patirtyje, kiek ir televizijos pranešime, ir kad jokie šio televizijos pranešimo pakeitimai nesumažins smurto visuomenėje.

Nenorėčiau teigti, kad yra teisingi ir klaidingi komunikacijos studijų būdai. Tačiau yra daugiau ir mažiau vaisingi būdai. Mano nuomone, semiotikos mokykla siekia atsakyti į svarbiausius komunikacijos klausimus ir yra naudingesnė, padėdama suprasti milijonus pavyzdžių, sutinkamų kasdieniame gyvenime. Tačiau nemanau, kad ji gali pateikti visus atsakymus. Dažnai būtinas empirinis proceso mokyklos darbas, kad užpildytų pavojingas semiotikų paliktas spragas. Gaila, kad abiejų mokyklų šalininkai linkę nepripažinti ir niekinti vieni kitų darbus. Malonu, kad kai kurie naujausi darbai (pavyzdžiui, Gerbnerio ir Morley) turi abiejų mokyklų suartėjimo požymių. Tikiuosi, kad ir ši knyga tam pasitarnaus.

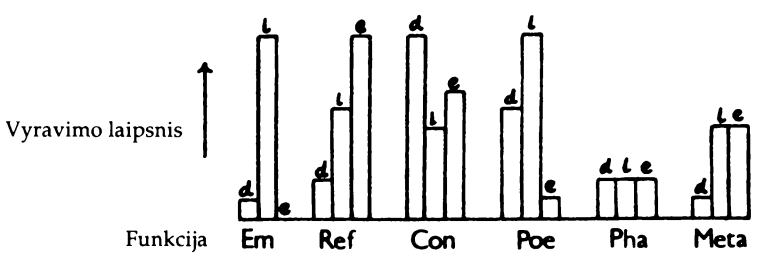
Papildomos užduotys

1 Komunikacijos teorija

1. Pritaikykite Shannono ir Weaverio A, B, ir C lygius skirtingų komunikacijos pavyzdžių analizei, pvz., interviu priimant į darbą, naujienų nuotraukai, estradinei dainai. Kaip plačiai juos galima taikyti? Ar naudingi tokie analitiniai pratimai?
2. Su kokiomis problemomis susiduriame A lygyje atsiradusią „informacijos" sąvoką taikydami B lygiui? Ar galime reikšmę išmatuoti skaitmenimis? Žr. Smith (1966), p. 15–24, 41–45 ir Cherry (1957), p. 169–178, 182–189, 228–234, 243–252.
3. Ką reiškia teiginys, kad 50 procentų anglų kalbos yra perteklinė? Žr. Cherry (1957), p. 117–123, 182–189 ir Smith (1966), p. 21.
4. Išdėstykite pagrindines komunikacines pertekliaus funkcijas. Taip pat žr. Cherry (1957), p. 278–279.
5. Aptarkite, kaip konvencija gali palengvinti supratimą. Parinkite rašytojų, menininkų, kurie laužo arba praplečia tam tikras konvencijas, pavyzdžių. Kaip tai paveikia jų komunikacijos siekį ar auditoriją?
6. Pažvelkime į knygą, nuotrauką, muzikos įrašą, vaidinimą ir jo filmuotą įrašą. Kaip juos galima skirstyti į kategorijas kaip priemones? Žr. Guiraud (1975), p. 15–21.
7. Imkime keletą priemonių ir kanalų pavyzdžių. Akivaizdu, kad viena priemonė gali pasinaudoti daugiau nei vienu kanalu ir vienas kanalas gali perduoti daugiau nei vieną priemonę. Taigi, ar dėl to atsiranda kokia nors reikšminga priklausomybė tarp priemonės ir kanalo, ar tai nepriklausomos sąvokos?

2 Kiti modeliai

1. Aptarkite būdus, kurie susieja prieigą prie masinės komunikacijos priemonių ir socialinę kontrolę. Aptarimas turi aprėpti ir masinę komunikaciją, ir asmeninės komunikacijos priemones.
2. Išsamiai palyginkite vertikalųjį ir horizontalųjį Gerbnerio modelio matmenis. Panaudodami šį modelį, išanalizuokite komunikacijos reiškinį (pavyzdžiui, kaip šeima aptaria televizijos žinių laidą, arba pamoką klasėje). Kokius komunikacijos aspektus šis modelis efektyviausiai išryškina? Atsakymui į 1 ir 2 klausimus panaudokite McQuail (1975) ir (arba) Corner ir Hawthorn (1980), p. 26–27.
3. Newcombo modelis grindžiamas sistemos ABX pusiausvyra. Ar jūs manote, kad Westley ir MacLeano papildymai ir pakeitimai suardė Newcombo modelio šerdį? Ar užtenka paaiškinti šių dviejų modelių skirtumus tuo, kad Newcombo modelis sukurtas aiškinti asmeninę komunikaciją, o Westley ir MacLeano – masinę komunikaciją?
   Naudokite Smith (1966), p. 66–79; 80–87 ir McQuail (1975), p. 19–27.
4. Išanalizuokite panašumus ir skirtumus tarp Jakobsono šešių funkcijų ir Newcombo ABX sistemos, Gerbnerio Į, $Į_1$ ir M elementų bei pertekliaus. Jakobsono modeliui naudokite Hawkes (1977), p. 83–87 ir Guiraud (1975), p. 5–9.
5 Ar gali pirmuose dviejuose skyriuose aptarti modeliai paaiškinti ir padėti suprasti meno kūrinius? Ar meno kūriniai veikia (turėtų veikti) taip, kaip šie modeliai aiškina komunikaciją? Naudokite McKeown (1982).
6. Atsiverskite 4 iliustraciją (p. 72–73). Naudodami Jakobsono modelį, išanalizuokite pasirinktų atvaizdų komunikacines funkcijas. Panaudodami grafiką, nustatykite skirtingų funkcijų santykinį vyravimą, pavyzdžiui, d, l ir e atvaizduose. Ar jūs pritariate mano analizės būdui žemiau pateiktame grafike? Sunkiausiai man buvo grafiškai išreikšti fatinę ir metalingvistinę funkcijas. Ar jūs patyrėte tą patį? Jei taip, ar galite tai paaiškinti.



3 Komunikacija, reikšmė ir ženklai

1. Pritaikykite Pierce'o modelį įvairiems ženklų tipams, pavyzdžiui, nuobodžiaujančio veido išraiškai; kelio ženklams STOP ir PRIEKYJE PAGRINDINIS KELIAS; tokiems žodžiams, kaip „gėjus", „žydras", „homoseksualus"; abstrakcionistiniam paveikslui; kieno nors aprangos stiliui; 3 + 8 = 11. Ką tai sako apie interpretanto kūrimo būdus? Kieno vaidmuo formuojant interpretantą didesnis – ženklo ar mūsų patirties? Kaip keičiasi jų santykinė svarba? Ar mano interpretantas gali labai skirtis nuo jūsų, ar labai jie gali būti panašūs? Kokį vaidmenį atlieka motyvacijos laipsnis nustatant reikšmių santykius ir skirtumus, kuriuos jūs aptarėte? (Žr. Guiraud, 1975, p. 25–27.) Išsamiai aptarkite ženklo motyvacijos sąvoką. Suraskite pavyzdžių, iliustruojančių jos apimtį.
2. Išanalizuokite 12 ir 13 iliustracijas. Naudodami Pierce'o ir Saussure'o sąvokas, palyginkite jų santykinį naudingumą. Kaip jūs manote, ar reikalingos Walkerio pastabos? Ar jos padeda įveikti kultūros skirtumus, atsiradusius laikui bėgant? Ar jos vienodai reikalingos abiem karikatūroms?
3. Barthes'as (1973) p. 112–113 vartoja rožes kaip ženklą: rožė yra fizinis objektas, bet jei aš ją dovanoju mylimai moteriai, tai įdedu į ją signifikatą – romantišką aistrą. Dabar ji tampa signifikantu, ir dovanota rožė virsta ženklu. Palyginkite tai su šio skyriaus OX pavyzdžiu (p. 63). Kiek šie pavyzdžiai aiškina Saussure'o signifikanto, signifikato ir ženklo terminus? Ar jie juos aiškina kitaip, negu pavyzdys su žodžiu? Jei taip, tai kodėl?
4. Išsamiai aptarkite teorijos išvadas, kad signifikatai yra sutartiniai ir priklauso nuo kultūros. Ar tai paaiškina idėją, kad mes suprantame pasaulį per kalbą? Perskaitykite Culler (1976), p. 18–29.
5. Naujos fotografijos ir reklaminiai žurnalų skelbimai dažnai yra indeksiniai ir visada ikoniniai. Parinkite kiekvieno (arba abiejų) pavyzdžių ir išanalizuokite, naudodami Pierce'o terminus, kad patikrintumėte šio teiginio tikslumą. (Gali paaiškėti, kad tai ne vienodai tinka kiekvienu atveju.) Išstudijuokite, kaip žodžiai (simboliai) vartojami sustiprinti vaizdinius signalus. Grįžkite prie šio klausimo, kai perskaitysite 6 skyrių. Žr. Hawkes (1977), p. 123–130.
6. Atsiverskite 4 iliustraciją. Sudėliokite ženklus pagal jų motyvacijos laipsnį ir išdėstykite pagal p. 75 esančią skalę. Paaiškinkite sprendimo priežastis. Aptardami vartokite tokius terminus, kaip konvencija, susitarimas, sutartinis, ikoninis, motyvacija, apribojimas. Gali paaiškėti, kad neišsiversite be terminų signifikantas, signifikatas, simbolis, indeksas, interpretantas ir objektas. Vartodami žargoną, prie jo priprasite ir suvoksite,

12 iliustracija

„LAIKYKIS, BELGIJA!" F.H. Townsendas, *Punch*, 1914 m. rugpjūčio 12 d. Walkerio (1978) pastabos: „Niekšingas senas smurtininkas su dešrelėmis ir didžiule lazda kursto mumyse neapykantą vokiečiams, o drąsus, griežtas, nepaklusnus jaunuolis sukelia mūsų simpatijas belgų sąjungininkams. Šios karikatūros mintis buvo dažnai naudojama, skolinama ir platinama. 1933 m. liepos mėn., kai Hitleris ruošėsi užimti Austriją, *Punch* nukopijavo Townsendo idėją, ir prie tų pačių fermos vartų pavaizdavo narsią mažutę Austriją, kuriai grasina Hitleris, mojuodamas tuo pačiu senu vėzdu. Bet jie pamiršo dešreles."

13 iliustracija

„DAR TURI VILTIES". Ilingworthas, *Punch*, 1938 m. rugsėjo 21 d. Walkerio (1978) pastabos: „Beveik negarbinga, kad *Punch* ir Chamberlainas atspausdino šią duoklę Sutaikymui. Europa rengėsi karui: Londone išdalintos dujokaukės, Haid Parke kasami apkasai. Tuomet įvyko Miuncheno susitarimas, ir visi su palengvėjimu atsiduso. Žvelgdami į praeitį ir turėdami tokius pranašus kaip Lowas, šiandien mes galime tyčiotis iš Sutaikymo. Tačiau pojūtis, kad bet kas yra geriau už karą (ypač tokį ilgą ir brangų kaip 1914–1918 metų), taip pat pripažinimas, kad Vokietija turi teisėtų nusiskundimų dėl Versalio taikos, liudijo britų viešojo gyvenimo bešališkumą. Vis dėlto verta prisiminti, kad Chamberlainas apsidraudė 1937 m. vasario mėn., kai paskelbė 1500 milijonų svarų persiginklavimo programą. Prieš pat karo pradžią Didžioji Britanija gamino tiek pat tankų ir daugiau karo lėktuvų, negu hitlerinė Vokietija."

kam jis reikalingas. Iliustracija – tai dalis ženklų, žyminčių moterį, paradigmos: kiek kiekvieno jos ženklo reikšmė priklauso nuo skaitytojo pažinties su likusia paradigma? Kodėl neįmanoma šimtaprocentinė ikona?

7. Išanalizuokite, kaip mes iškoduojame rašyseną. Vartokite tokius terminus, kaip nuspėjamumas (1 skyrius), percepcija (Gerbnerio modelis, 2 skyrius), skiramieji bruožai ir signifikantas bei signifikatas. Kiek tai siejasi su išblukusios fotografijos ar neaiškios mėnulio fotografijos perskaitymu arba pokalbiu su kuo nors triukšmingoje diskotekoje?
8. Pasirinkite sakinį ir fotografiją. Abu yra sintagmos, sudarytos iš paradigmos elementų. Kaip paradigmos ir sintagmos identifikavimas padeda suprasti kiekvieno iš jų reikšmę? (Žr. Fiske ir Hartley, 1978, p. 50–58).

Pravartu paskaityti bendram supratimui: Culler (1976), p. 18–52; Cherry (1957), p. 112–117; Guiraud (1975), p. 1–4, 22–29.

4 Kodai

1. Aptarkite kodų ir papročių vaidmenį 14 iliustracijoje. Atkreipkite dėmesį į tai, kad skėčiai yra auksiniai, o „bevardės" cigaretės yra *Benson & Hedges* firmos „Special Filter", kuri savo įvaizdžiu pasirinko auksinę dėžutę, o panašių reklaminių skelbimų kampanija sunormino siurrealistinį stilių. Ką tai mums sako apie kodų ir papročių santykį su socialine ir komunikacijos patirtimi? Kiek svarbi mūsų patirtis, įgyta skaitant kitus giminingus tekstus (t.y. intertekstualumas), kai iškoduojame šį skelbimą? Žr. Guiraud (1975), p. 40–44, Fiske ir Hartley (1978), p. 61–62.
2. Palyginkite populiarios dainelės ir lyrinio eilėraščio žodžius. Kaip jie atskleidžia išplėtotų ir ribotų kodų prigimtį bei jų socialinę funkciją? Pakartokite šį pratimą su pranešimais apie tą patį įvykį populiariame ir specializuotame laikraštyje. Aptarkite skirtumus tarp objektyvios analizės ir socialiai angažuoto vertinimo. Žr. Hartley (1982), 2 ir 10 skyrius.
3. Kokie yra svarbiausi skirtumai tarp sutartinių (loginių) ir estetinių kodų? Panaudokite Jakobsono modelį savo analizei struktūrizuoti. Žr. taip pat Guiraud (1975), p. 45–81.
4. Pasirinkite vieną ar daugiau Argyle'io neverbalinės komunikacijos kodų ir pabandykite sudaryti jo žodyną. Su kokiomis problemomis susidūrėte, ypač susijusiomis su analoginiais kodais? Kiek šių kodų specifiką lemia kultūra? Ar galima apie kodus kalbėti jų ženklų motyvacijos aspektu? Žr. Guiraud (1975), p. 88–90, Corner ir Hawthorn (1980), p. 50–61.

Vidutinė dervų koncentracija.
Valstybinis sveikatos apsaugos departamentas ĮSPĖJA:
RŪKYMAS KENKIA JŪSŲ SVEIKATAI

14 iliustracija. *„Cigarečių lietus"*

5. Atsiverskite 4 iliustraciją (p. 72–73). Aptarkite atvaizdus vartojamų kodų požiūriu. Kiek jie yra kasdieniški? Kiek estetiniai? Plataus ir siauro vartojimo? Ar prasmę suteikia pati priemonė (pvz., piešinys, paveikslas, nuotrauka, karikatūra), ar žanras (porno, mada, portretas)? O gal jis nurodo tinkamus kodus – ar pieštą aktą mes iškoduosime taip pat kaip fotografuotą?

5 Signifikacija

1. Žodžių šrifto keitimas – geras signifikanto keitimo pavyzdys. Taigi šriftai turi savo konotacijas. Surinkite įvairių šriftų pavyzdžių ir aptarkite jų konotacijas.
   Atspausdinkite žodžius ir frazes skirtingais šriftais, pabandykite kontroliuoti ir numatyti jų konotacijas. Žr. 8 skyrių, 4 klausimą apie tai, kaip

naudoti semantinį diferencialą – patikrinkite savo spėjimų tikslumą.

2. Yra daug mitų apie britų policiją, kaip rodo įvairūs žodžiai, kuriais vadinami policininkai – bobiai, kopai, šiukšlės, paršai. Pabandykite nustatyti su kiekvienu iš jų susijusį mitą ir subkultūrą, kurioje jis veikia. Grįžkite prie 1a ir 1b iliustracijų ir išanalizuokite jas vartodami mito ir konotacijos terminus.

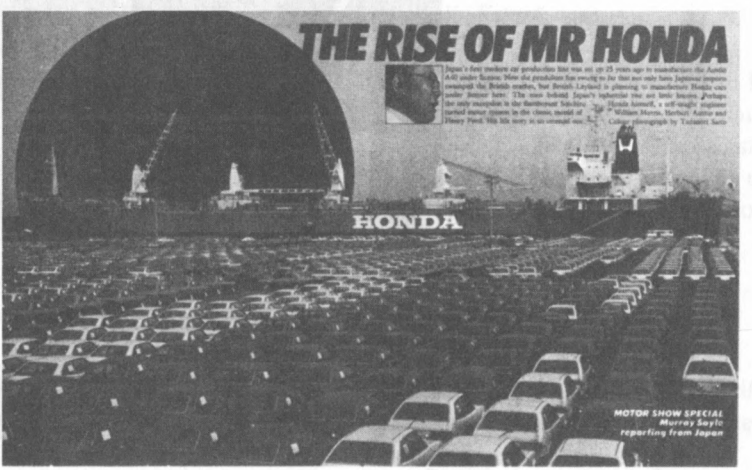
   Kaip šis pratimas padeda suprasti mito patvirtinimą iš dviejų pusių – tikrovės atitikimo ir to, kaip jis tenkina kultūros vartotojų poreikius? Žr. Barthes (1973).
3. Išanalizuokite 15 iliustracijos skelbimą. Aptarkite metaforiškas transpozicijas. Kokiu būdu žaltys ir gėrimas tampa tos pačios paradigmos nariais? (Atkreipkite dėmesį, kad originale gėrimas ir žaltys yra to paties geltono atspalvio.) Palyginkite Barthes'o ir tradicinę termino *mitas* reikšmę – kaip jis siejasi su simboliais? Kodėl reklamos kūrėjai bando perduoti jų reikšmes metaforiškai, o ne pažodžiui? Kokios kitos antrojo lygmens reikšmės yra sužadinamos? Žr. Williamson (1978).
4. *The Editors* leidimas, minimas šiame skyriuje, taip pat rodė muzikantus, piketuojančius prie BBC per muzikantų sąjungos streiką. Policininko nesimatė, streikininkai buvo gerai nusiteikę ir grojo greitai susirinkusiai

15 iliustracija. „Žaltys taurėje"

miniai; juos rėmė lengvai apsirengusios šokėjos; jų atstovas buvo kultūringas ir iškalbus viduriniosios klasės narys. Visas reportažas buvo linksmas. Aptarkite jį mito, metonimijos ir naujienų vertės požiūriu. Kaip jis siejasi su „normaliu" a) piketu, b) muzikantų vaizdavimu? Kiek šio reportažo supratimas priklauso nuo to, ar nugalime išankstinį nusistatymą?

6 Semiotiniai metodai ir jų taikymas

1. „Dar prieš liūdesį" yra tipiška Saussure'o stiliaus analizė, nes jis kalbos sistemą supranta kaip reikšmės lauką; Notting Hillo fotografijos analizė susieja simbolių sistemą su socialine sistema. Aptarkite santykinius abiejų požiūrių privalumus. Analizei pasirinkite poetinę metaforą (arba palyginimą) ir naujienų fotografiją.
2. Kaip glaudžiai siejasi normos ir nukrypimo sąvokos su konvencijos ir originalumo, pertekliaus ir entropijos sąvokomis? Ar gali ankstesnė diskusija apie komunikacinę pertekliaus funkciją padėti suprasti „Dar prieš liūdesį", kaip ir su kuo jis komunikuoja? Ar poetas yra komunikatorius?
3. Ar skirasi tai, kaip kalbą vartoja poetas ir reklamos kūrėjas, kuris apibūdina ankštus sijonus, kaip „žudančio grakštumo lieknastiebę klasiką, ... panteros lankstumą ir pasakišką paklusnumą" (Dyer, 1982)? Ar reikėtų ieškoti estetinės kokybės skirtumų pačioje kalboje, jos socialinėje funkcijoje, referentinėje „tiesoje", ar kur kitur? Ar reklamos apskritai yra estetiškos ir kiek? Ar tai menas? Žr. Dyer (1982), 2 ir 7 skyrius.



16 iliustracija. *„Ponas Honda"*

4. Pateikite išsamią ir smulkią semiotinę 16 iliustracijos analizę. (Atkreipkite dėmesį, kad iš kairės kylanti saulė yra, kaip galima spėti, raudona.) Pritaikykite jai siūlomų perskaitymų teoriją. Žr. Barthes (1977), p. 15–31, 32–51, o ypač p. 20–25; ir (1973), p. 116–121.
5. Grįžkime prie 1b iliustracijos. Išanalizuokite, kokiais būdais žodžiais siekiama užfiksuoti galimas fotografijos reikšmes. Naudodami tas pačias fotografijas, paruoškite maketus ir antraštes:
   a) juodosios bendruomenės laikraščiui;
   b) *Police Gazette*;
   c) Maskvos laikraščiui.

7 Struktūralistinė teorija ir jos taikymai

1. Pasirinkite Clinto Eastwoodo vesterną ir struktūralistiškai jį išanalizuokite taip, kaip išanalizuoti *Pėdsekiai* šiame skyriuje. Kurios binarinių opozicijų poros bendros abiem filmams? Ar kurioje nors jų terminai susikeitė vietomis? Ar jūsų dviejų struktūrų palyginimas padeda suprasti skirtumus tarp tipiškų herojų, kuriuos vaidina Johnas Wayne'as ir Clintas Eastwoodas? Kottakas (1982) atliko struktūralistinį *Ozo burtininko* ir *Žvaigždžių karų* palyginimą, kuris jums gali tapti modeliu.
2. Išanalizuokite žurnalo *Seventeen* (11 iliustracija, p. 204) puslapį taip, kaip čia buvo išanalizuotas *Weekly World News* puslapis. Kokias išvadas jų palyginimas leidžia daryti apie skirtingus skaitytojus ir jų socialinę padėtį?
3. Palyginkite Barthes'o ir Levi-Strausso mitų teorijas. Ar jas galima suderinti, ar jos yra nesuderinamos? Pasirinkite šiuolaikinės kultūros pavyzdį ir pritaikykite abi teorijas jo analizei; palyginkite rezultatus.
4. Pritaikykite struktūralistinį metodą populiarios vietos, kaip kultūros teksto, analizei. Tokia vieta gali būti paplūdimys, stovyklavietė, parduotuvė ar jų kompleksas, nacionalinis paminklas, parkas. Fiske, Hodge ir Turner (1987) bei Fiske (1989b) gali pateikti naudingų pavyzdžių.

8 Empiriniai metodai

1. Išanalizuokite vieno vakaro televizijos reklaminių skelbimų turinį, kad atskleistumėte vyrams ir moterims priskiriamus užsiėmimų ir aplinkos šablonus. Palyginkite savo rezultatus su aštuntojo dešimtmečio pradžioje Amerikoje Dominick ir Rauch gautais rezultatais. Kokių panašumų ir

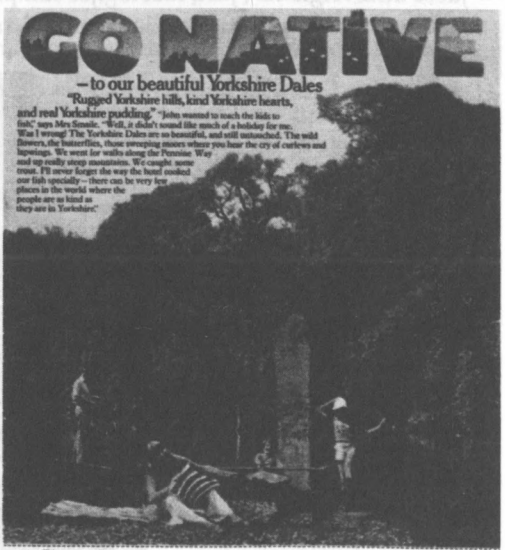
skirtumų jūs pastebite, ką jie reiškia? Atlikite pasirinktų reklaminių skelbimų semiotinę analizę. Ar semiotika pritaria, ar prieštarauja turinio analizei?

Galite šį pratimą atlikti su žurnalais – vyrams, moterims, paaugliams.

2. Panaudokite turinio analizę rimto ir populiaraus laikraščio lyginimui. Vienetu pasirinkite skilties centimetrą. Atkreipkite dėmesį į santykį tarp vedamojo ir reklaminės medžiagos, spausdinto ploto ir vaizdinės medžiagos, ploto, skiriamo skirtingoms teminėms naujienų kategorijoms. Hartley (1982) 3 skyriuje siūlo tokias temų kategorijas: politika, ekonomika, užsienio reikalai, vidaus naujienos (skirstomos į „sunkias" – smurtas, konfliktai, nusikaltimai; ir „lengvas" – šiltos ir moteriškos istorijos), atsitiktinės istorijos (nelaimės, karališkoji šeima ir t.t.) ir sportas. Ar jums atrodo, kad šios kategorijos yra tinkamos? Ar jums reikėtų papildomų kategorijų, pavyzdžiui, pramogų verslas? Ką ši analizė sako jums apie kiekvieno laikraščio skaitytojus ir komunikacijos funkciją? Žr. taip pat Dyer (1982), 5 skyrių.
3. Turinio analizės metodu atskleiskite dvidešimties populiariausių dainų tekstų pagrindines temas ir socialines pažiūras.
4. Semantinio diferencialo būdu nustatykite pagrindinių šriftų, kuriuos jūs naudojote 5 skyriaus 1 klausimui, konotacijas. Kiekvienam bandymui reikėtų panaudoti maždaug 20 šriftų rinkinį. Jums gali būti naudingos šios būdvardžių poros: vyriškas – moteriškas; sąžiningas – nesąžiningas; statiškas – dinamiškas; pigus – brangus; rimtas – juokingas; šiuolaikiškas – senamadiškas; kaimiškas – miestiškas; formalus – neformalus; elegantiškas – apsmukęs; rimtas – lengvabūdiškas; tikslus – netikslus; svarbus – nesvarbus; pramoninis – gamtinis, aukštos klasės – žemos klasės; agresyvus – taikus; saugus – rizikingas (sąrašą sudarė mano studentė Jenny Hughes).
5. Sudarykite „naudos ir atlygio" požiūrio anketą ištyrinėti, kaip auditorija naudoja populiarią televizijos arba radijo programą ar kurio nors tipo programas. Verta patyrinėti muilo operas, *Tomą ir Džerį* (ar kitus animacinius filmus), detektyvus, viktorinas, pageidavimų koncertus, nacionalines arba vietines naujienas ar bet kurią kitą jus dominančią programų rūšį. Galite tyrinėti ir populiarios muzikos tipus. Nepamirškite susieti rezultatų su socialine padėtimi, kurią gali apibrėžti, pavyzdžiui, amžius, lytis, darbo pobūdis, šeimyninė padėtis, išsilavinimas. Negalvokite, kad reikia panaudoti visus šiuos požymius – pasirinkimą lemia tai, ką jūs tyrinėjate, taip pat jūsų auditorija. Palyginkite rezultatus su McQuailo atlygio kategorijomis. Žr. Corner ir Hawthorn (1980), p. 187–200.
6. Atlikite nedidelį etnografinį tyrimą apie tai, kaip jūsų šeima ar draugai žiūri televiziją. Žr. Fiske (1987), 5 skyrių.

9 *Ideologija ir prasmės*

1. Atlikite 17 iliustracijos reklaminio skelbimo semiotinę analizę. Ypatingą dėmesį atkreipkite į antrąjį reikšmės lygmenį: parodykite, kaip šis lygmuo turi prasmę tik tam tikroje ideologijoje. Reikėtų aptarti šeimos, vyriškumo, moteriškumo, lyčių vaidmenų, gamtos ir miesto, poilsio ir darbo, vartojimo ir gamybos, klasės dominavimo ideologijas.
   Analizė turėtų atskleisti siūlomą vyraujančio kodo perskaitymą. Dabar pasiūlykite derybinį perskaitymą; sakykime, tokį, kuris tiktų pasišventusiam keliautojui, mėgstančiam gamtą, o ypač Jorkšyro slėnius, bet niekada nesielgs gamtoje taip aseptiškai ir miestiškai kaip pavaizduotoji šeima. Sugalvokite kitų derybinių skaitymų ir skaitytojų. Atsiminkite, kad derybinis skaitymas priima vyraujančią ideologiją ir vyksta jos ribose, bet išsidera skirtingą poziciją arba privilegijuotą vietą tam tikroms temoms, įsitikinimams ar žmonių grupėms.
   Nusakykite ideologiją, kuri sukurtų radikaliai priešingą šio reklaminio skelbimo perskaitymą, arba tokią, kuriai jis būtų (beveik) beprasmis.
   Aptarkite semiotinės analizės vaidmenį atskleidžiant ar parodant ideologijos veikimą. Ar žinojimas, kad yra peršami vieni, o ne kiti perskaity-



17 iliustracija. *„Traukime į gamtą"*

mai, kad yra ideologinė sistema, kurioje veikia šie prioritetai, suteikia galimybę gintis nuo nuolatinio vyraujančios ideologijos poveikio? Ar jis tokį poveikį daro nebeįmanomą (tai yra poveikis turi vykti žemiau suvokimo slenksčio, kad būtų efektyvus)? Ar žinojimas tiesiog suteikia mums galimybę rinktis arba atmesti peršamą perskaitymą? Ar semiotinė analizė būtinai turi politinį arba moralinį matmenį?

Literatūra: Dyer (1982), 6 skyrius; Hartley (1982), 3 ir 9 skyriai; Williamson (1978), p. 40–45, 122–137; Hartley (1980), p. 16–21; 134; Barthes (1977), p. 32–51.

2. Paimkite 1a, 1b, 7a, 7b ir 18 iliustracijas. Nuotraukos 1a ir 7a buvo išspausdintos periodinėje spaudoje (gerokai redaktoriaus apdorotos), o 18 – nebuvo. Kodėl? Naudodami šias penkias nuotraukas, kaip duomenis, aptarkite temą „Ideologija ir policijos įvaizdis masinės komunikacijos priemonėse". Reikėtų naudoti Barthes'o antrojo reikšmės lygmens, kaip „ideologijos retorikos", teoriją. Jūs turėtumėte palyginti ir priešpastatyti naujienų kūrėjų ir naujienų vertybių „profesinę ideologiją" ir kultūroje, kaip visumoje, „vyraujančią ideologiją". Sukurkite puslapio maketą ir antraštę, kuri leistų paskleisti 18 nuotrauką į masinę apyvartą Britanijos laikraščiuose. Pagrįskite savo redakcinius sprendimus ir parodykite, kaip juose atsižvelgiama į jūsų ideologijos sampratą, taip pat parodykite, kad jūs suprantate žodžių ir vaizdo tarpusavio sąveiką.

18 iliustracija.
Policija ir mergina
(Eve Arnold nuotrauka iš metininko *British Journal of Photography*, 1973)

Literatūra

Abercrombie, M., *The Anatomy of Judgement*, London: Hutchinson, 1960.

Althusser, L., „Ideology and ideological state apparatuses" in *Lenin and Philosophy and other Essays*, New York and London: Monthly Review Press, 1971, p. 127–186.

A Perfusion of Signs, sudarė Sebeok, T., Bloomington: Indiana University Press, 1977.

Argyle, M., „Non-verbal communication in human social interaction" in *Non-Verbal Communication*, parengė Hinde, R., Cambridge: Cambridge University Press, 1972.

Baggaley, J., Duck, S. *The Dynamics of Television*, Farnborough, Hants: Saxon House, 1976.

Barr, C. „Comparing styles: England v. West Germany" in *Football on Television*, parengė Buscombe, E., London: British Film Institute, 1975.

Barthes, R., *Elements of Semiology*, London: Cape, 1968.

—— *Mythologies*, London: Paladin, 1973.

—— *Image–Music–Text*, London: Fontana, 1977.

—— „The photographic message", 1961, in Barthes, R., *Image–Music–Text*, 1977.

—— „The rhetoric of the image", 1964, in Barthes, R., *Image–Music–Text*, 1977.

—— „The third meaning", 1970, in Barthes, R., *Image–Music–Text*, 1977.

Benjamin, W. „The work of art in the age of mechanical reproduction", 1970, in *Mass Communication and Society*, parengė Curran, J., Gurevitch, M., Woollacott, J., London: Arnold, 1977.

Bernstein, B., *Class, Codes, and Control*, t. 1, London: Paladin, 1973.

—— „Elaborated and restricted codes: their social origins and some consequences", 1964, in *Communication and Culture*, parengė Smith, A.G., New York: Holt, Rinehart & Winston, 1966.

Brockreide, E., „Dimensions of the concept of rhetoric", 1968, in *Foundations*

of Communication Theory, sudarė Sereno, K., Mortenson, C.D., New York: Harper & Row, 1970.

Cherry, C., *On Human Communication*, Cambridge, Mass.: MIT Press, 1957 (2-as leid. 1966).

Communication and Culture, parengė Smith, A.G., New York: Holt, Rinehart & Winston, 1966.

Communication Technology and Social Policy, parengė Gerbner, G., Gross, L., Melody, T., New York: Wiley-Interscience, 1973.

Communication Studies, parengė Corner, J., Hawthorn, J., London: Arnold, 1980.

Culler, J., *Saussure*, London: Fontana, 1976.

Culture, Media, Language, parengė Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., Wilis, P., London: Hutchinson, 1980.

Dominick, J., Rauch, G., „The image of women in network TV commercials", J. of *Broadcasting*, 16, 1972, p. 259–265.

Dyer, G., *Advertising as Communication*, London: Methuen, 1982.

Eco, U., „Towards a semiotic inquiry into the TV message", 1965, in *Working Papers in Cultural Studies*, University of Birmingham, No. 3, 1972, p. 103–121; taip pat *Communication Studies*, parengė Corner, J., Hawthorn, J., London: Arnold, 1980.

Evans, H., *Pictures on a Page*, London: Heinemann, 1978.

Fiske, J., *Television Culture*, London and New York: Methuen, 1987.

—— *Understanding Popular Culture*, Boston: Unwin Hyman, 1989(a).

—— *Reading the Popular*, Boston: Unwin Hyman, 1989(b).

—— „Roland Barthes and the hidden curriculum", *J. Educational Television*, V: 3, 1979, p. 84–86.

Fiske, J., Hartley, J., *Reading Television*, London: Methuen, 1978.

Fiske, J., Hodge, R., Turner, G., *Myths of Oz: Readings in Australian Popular Culture*, Sydney: Allen and Unwin; Boston: Unwin Hyman, 1987.

de Fleur, M., „Occupational roles as portrayed on television", *Public Opinion Quarterly*, 28, 1964, p. 57–74.

Football on Television, parengė Buscombe, E., London: British Film Institute, 1975.

Galtung, J., Ruge, M., „Structuring and selecting news" in *The Manufacture of News*, parengė Cohen, S., Young, J., London: Constable, 1973.

Gerbner, G., „Toward a general model of communication", *Audio Visual Communication Review*, IV: 3, 1956, p. 171–199.

—— „Cultural indicators: the case of violence in television drama", *Annals of the American Association of Political and Social Science*, 338, 1970, p. 69–81.

—— „Cultural indicators: the third voice", 1973a, in *Communication Technology and Social Policy*, parengė Gerbner, G., Gross, L., Melody, T., New York: Wiley-Interscience, 1973.

—— „Teacher image in mass culture: symbolic functions of the ‚hidden curriculum'", 1973b, in *Communication Technology and Social Policy*, parengė Gerbner, G., Gross, L., Melody, T., New York: Wiley-Interscience, 1973.

Gerbner, G., Gross, L., „Living with television: the violence profile", *J. of Communication*, 26:2, 1976, p. 173–199.

Glasgow Media Group, *Bad News*, London: Routledge & Kegan Paul, 1976.

— *More Bad News*, London: Routledge & Kegan Paul, 1980.

Goffman, E., *Gender Advertisements*, London: Macmillan, 1979.

Guiraud, P., *Semiology*, London: Routledge & Kegan Paul, 1975.

Gusfield, J., Schwartz, M., „The meanings of occupational prestige", *American Sociological Review*, 1963, p. 270.

Hall, S., „Encoding and decoding in the television message", 1973a, in *Culture, Media, Language*, parengė Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., Wilis, P., London: Hutchinson, 1980.

—— „The determinations of news photographs", 1973b, in *The Manufacture of News*, parengė Cohen, S., Young, J., London: Constable, 1973.

Hall, S., Connell, I., Curti, L., „The ‚unity' of current affairs television" in *Working Papers in Cultural Studies*, University of Birmingham, No. 9, 1976, p. 51–94.

Hartley, J., *Understanding News*, London: Methuen, 1982.

Hawkes, T., *Structuralism and Semiotics*, London: Methuen, 1977.

Head, S., „Content analysis of television drama programs", *Quarterly of Film, Radio and Television*, 9:2, 1954, p. 172–194.

Hobson, D., *Crossroads: The Drama of a Soap Opera*, London: Methuen, 1982.

Hodge, R., Tripp, D., *Children and Television*, Cambridge: Polity Press, 1986.

Jakobson, R., „Closing statement: linguistics and poetics" in *Style and Language*, sudarė Sebeok, T., Cambridge, Mass.: MIT Press, 1960; taip pat *The Structuralists from Marx to Lévi-Strauss*, sudarė de George, R., de George, F., New York: Doubleday, Anchor Books, 1972.

Jakobson, R., Halle, M., *The Fundamentals of Language*, The Hague: Mouton, 1956.

Katz, E., Gurevitch, M., Hass, E., „On the uses of the mass media for important things", *American Sociological Review*, 38, 1973, p. 164–181.

Kottak, P., *Researching American Culture*, Ann Arbor: University Michigan Press, 1982.

Lakoff, G., Johnson, M., *Metaphors We Live By*, Chicago University of Chicago Press, 1980.

Lasswell, H., „The structure and function of communication in society" in *The Communication of Ideas*, parengė Bryson, L., New York: Institute for Religious and Social Studies, 1948; taip pat in *Mass Communications*, parengė Schramm, W., Illinois: University of Illinois Press, 1960.

Leach, E., *Lévi-Strauss*, London: Fontana, 1974.
—— *Culture and Communication*, London: Cambridge University Press, 1976.
—— „Anthropological aspects of language: animal categories an verbal abuse" in *New Directions in the Stud of Language*, parengė Lennenberg, E., Cambridge, Mass.: MIT Press, 1964, p. 23–63.
Leech, G.N., *A Linguistic Guide to English Poetry*, London: Longman, 1969.
Lévi-Strauss, C., *The Raw and the Cooked*, London: Cape, 1969.
Mass Communication and Society, parengė Curran, J., Gurevitch, M., Woollacott, J., London: Arnold, 1977.
McKeown, N., *Case Studies and Projects in Communication*, London: Methuen, 1982.
McLuhan, M., *Understanding Media*, London: Routledge & Kegar Paul, 1964.
—— *The Mechanical Bride*, London: Routledge & Kegan Paul, 1967.
McQuail, D., *Communication*, London: Longman, 1975.
McQuail, D., Blumler, J., Brown, R., „The television audience: a revised perspective" in *Sociology of Mass Communications*, parengė McQuail, D., Harmondsworth: Penguin, 1972.
Monaco, J., *How to Read a Film*, New York: Oxford University Press, 1977.
Morley, D., *The Nationwide Audience*, London: British Film Institute, 1980.
—— *Family Television*, London: Comedia/Methuen, 1986.
Newcomb, T., „An approach to the study of communication acts", *Psychological Review*, 60, 1953, p. 393–40; taip pat *Communication and Culture*, parengė Smith, A.G., New York: Holt, Rinehart & Winston, 1966.
Non-Verbal Communication, sudarė Hinde, R., Cambridge: Cambridge University Press, 1972.
Ogden, C., Richards, I., *The Meaning of Meaning*, London: Routledge & Kegan Paul, 1923 (2-as leid. 1949).
Osgood, C., *The Measurement of Meaning*, Illinois: University of Illinois Press, 1967.
Paisley, W., „Studying style as a deviation from encoding norms", 1967, in *The Analysis of Communication Content*, parengė Gerbner, G. ir kt., New York: Wiley, 1969.
Parkin, F., *Class Inequality and Political Order*, London: Paladin, 1972.
Peirce, C.S., *Collected Papers*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1931–1958.
Radway, J., *Reading the Romance: Feminism and the Representation of Women in Popular Culture*, Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1984.
de Saussure, F., *Course in General Linguistics*, London: Fontana, 1974 (l-as leid. 1915).
Sight, Sound and Sense, sudarė Sebeok, T., Bloomington: Indiana University Press, 1978.

Seggar, J., Wheeler, P., „The world of work on television: ethnic and sex representation in TV drama", *J. of Broadcasting*, 17, 1973, p. 201–214.

Shannon, C., Weaver, W. *The Mathematical Theory of Communication*, Illinois: University of Illinois Press, 1949.

Smythe, D., „Three years of New York television", *National Association of Educational Broadcasters Monitoring Study*, No. 6, 1953, Urbana, Illinois.

Sociology of Mass Communications, parengė McQuail, D., Harmondsworth: Penguin, 1972.

The Manufacture of News, parengė Cohen, S., Young, J., London: Constable,1973.

The Uses of Mass Communications, parengė Blumler, J., Katz, E., Beverley Hills, California: Sage, 1974.

Walker, M., *Daily Sketches: A Cartoon History of British Twentieth Century Politics*, London: Paladin, 1978.

Weaver, W., „Recent contributions to the mathematical theory of communication", 1949a, priedas prie Shannon, C., Weaver, W. *The Mathematical Theory of Communication*, Illinois: University of Illinois Press, 1949.

—— „The mathematics of communication", 1949b, Scientific American, 181, 1949, p. 11–15; taip pat *Communication and Culture*, parengė Smith, A.G., New York: Holt, Rinehart & Winston, 1966.

Welch, R., Huston-Stein, A., Wright, J., Plehal, R. „Subtle sex role cues in children's commercials", J. of *Communications*, 29:3, 1979, p. 202–209.

Westley, B., MacLean, M., „A conceptual model for communication research", *Journalism Quarterly*, 34, 1957, p. 31–38.

Williams, R., *Marxism and Literature*, Oxford: Oxford University Press, 1977.

Wiliamson, J., *Decoding Advertisements*, London: Marion Boyars, 1978.

Woollacott, J., *Messages and Meanings*, Milton Keynes: The Open University Press, 1977 (DE 353, Unit 6).

Wright, C.R., *Mass Communications: A Sociological Approach*, New York: Random House, 1959, 2-as leid. 1975.

Zeman, J., „Peirce's theory of signs" in *A Perfusion of Signs*, sudarė Sebeok, T., Bloomington: Indiana University Press, 1977.

Bibliografija

Pagrindiniai skaitiniai

Tiems, kurie nori daugiau paskaityti apie šioje knygoje aptartus klausimus, rekomenduojame:

Barthes, R., *Mythologies*, London: Paladin, 1973.
Originalus, gyvai parašytas, vietomis sudėtingas šiuolaikinių esė rinkinys. Labai įvairūs „tekstai". Perskaitykite bent jau pirmąją „Mitas šiandien" dalį – antroji dalis apysunkė, bet verta rimtų studentų dėmesio.

Barthes, R., *Image–Music–Text*, London: Fontana, 1977.
Dar vienas esė rinkinys – nepraleiskite skyrių „Fotografinis pranešimas" ir „Vaizdo retorika".

Cherry, C., *On Human Communication*, Cambridge, Mass.: MIT Press, 1957, 2-as leid., 1966.
Ankstyvas, išsamus darbas, nors matematinis požiūris nebuvo toks vaisingas, kaip tikėtasi. Reikalauja atrankinio skaitymo.

The Manufacture of News, sud. Cohen, S., Young, J., London: Constable, 1973.
Geras įvairių – specialių, taikomųjų, teorinių, relevančių, kartais linksmų – esė rinkinys. Ar galima norėti geriau?

Communication Studies, sud. Corner, J., Hawthorn, J., London: Arnold, 1980.
Skaitiniai, kuriuose iš tiesų bandoma aprėpti visą sritį. Yra skyriai apie: komunikaciją, apibrėžimus ir požiūrius; percepciją, elgseną, tarpusavio sąveiką; kalbą, mintį, kultūrą; prasmę ir interpretaciją; masinę komunikaciją. Autoritetų kūriniai – vertinga knygos dalis.

Culler, J., *Saussure*, London: Fontana, 1976.
Gerai parašyta apybraiža apie didžiojo lingvisto teorijas ir jų reikšmę.

Fiske, J., Harley, J., *Reading Television*, London: Methuen, 1978.
Naudinga dėl to, kad pateikia semiotikos teorijos ir turinio analizės (*content analysis*) pagrindus su pavyzdžiais. Žinoma, apie televiziją, bet gali būti pritaikomi ir plačiau.

Guiraud, P., *Semiology*, London: Routledge and Kegan Paul, 1975.
Trumpa naudinga knygelė, kurioje aiškinami pagrindiniai terminai, bet trūksta taikomosios analizės. Reta, nes tai ne kairuoliškos semiotikos pavyzdys.

Culture, Media, Language, sud. Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., Willis, P., London: Hitchinson.
Kai kurių pagrindinių Birmingemo šiuolaikinės kultūros studijų centro darbų rinkinys. Darbai sudėtingi, bet svarbūs rimtai studijuojantiems studentams. Ypač atkreipkite dėmesį į masinės komunikacijos priemonių (media) studijų skyrių.

Hawkes, T., *Structuralism and Semiotics*, London: Methuen, 1977.
Akcentai ir pavyzdžiai literatūriniai, bet pateikia gerą semiotikos teorijos raidos apybraižą.

McQuail, D., *Communication*, London: Methuen, 1975.
Išsami, sociologinio pobūdžio, nelengvai skaitoma knyga, bet verta pastangų, nes pateikia išsamią teorinę komunikacijos sistemą.

Morley, D., *The Nationwide Audience*, London: British Film Institute, 1980.
Labai rekomenduotinas kūrinys, puikus semiotinės kultūros teorijos ir empirinių studijų derinys.

Smith, A.G., *Communication and Culture*, New York: Holt, Rinehart & Winston, 1966.
Didelis esė rinkinys – labai naudingas, nes pateikia daug modelių. Weaverio, Cherry, Newcombo, Westley ir McLeano, Bernstieno, Goffmano ir kitų esė.

Webster, F., *The New Photography*, London: John Calder, 1980.
Tai knyga, kurią nurodau ne siūlydamas tolesniam darbui, o todėl, kad joje yra aptariamas naujienų fotografijų ir reklaminių skelbimų skaitymas. Ji lengvai skaitoma, nuodugni ir gali būti rekomenduota.

Knygos, rekomenduojamos papildomam skaitymui

Skaitiniai

Non-Verbal Communication, sud. Hinde, R., Cambridge: Cambrige University Press, 1972.
Puikus esė rinkinys, daugiausiai apie komunikaciją, kodus, kultūrinį foną. Atkreipkite dėmesį į MacKay, Lyonsą, Argyle'į, Millerį ir Gombrichą.

Foundations of Communication Theory, sud. Sereno, K., ir Mortenson, C.D., New York: Harper and Row, 1970.
Dar vienas įspūdingas esė rinkinys, kuris iliustruoja įvairius požiūrius į komunikacijos teorijos studijas. Kai kurie sudėtingi, bet dauguma lengvai

skaitomi. Skyriai apima: perspektyvas, sistemas, užkodavimą ir iškodavimą, interakciją ir socialinį kontekstą.

Mass Communication and Society, sud. Curran, J., Gurevitch, M., ir Woollacott, J., London: Arnold, 1977.

Puikūs skaitiniai, apima visas aktualiausias masinės komunikacijos studijų problemas. Autorių sąrašas panašus į masinės komunikacijos studijų „Kas yra kas" žinyną. Kai kurie skaitiniai labai sudėtingi, mažai įvadinio pobūdžio medžiagos, bet tai – aukso kasykla pasirengusiems kasti.

Sociology of Mass Communications, sud. McQuail, D., Harmondsworth: Penguin, 1972.

Geri skaitiniai, labiau įvadinio pobūdžio negu *Mass Communication and Society*, 1977. Įvairios garsių autorių temos.

Football on Television, sud. E. Buscombe, London: British Film Institute, 1975.

Pigi, lengvai skaitoma knygutė – puikiai atskleidžia įvairių analizės metodų pavyzdžius. Gali įžiebti daugybę idėjų grupei ir atskiriems asmenims. Rekomenduoju.

(Pastaba: visas *BFI Television Monographs* verta perskaityti, jos vertos įdėtų pinigų.)

Vadovėliai

Lin, N., *The Study of Human Communication*, New York: Bobbs Merrill, 1973.

Geras vadovėlis, labai stiprūs lingvistinis, psichologinis ir sociopsichologinis požiūriai. Mokslinio stiliaus.

Mortenson, G., *Communication: The Study of Human Interaction*, New York: McGraw-Hill, 1972.

Kitas geras „proceso" mokyklos vadovėlis. Gerai iliustruotas, lengvai skaitomas, išsamesnis negu Lin (1973). Geras įvadas.

Semiotika

Monaco, J., *How to Read a Film*, New York: Oxford University Press, 1977.

Nuodugni, gerai iliustruota semiotikos teorijos ir sąvokų apžvalga, grindžiama percepcijos (suvokimo) teorijos idėjomis, pritaikytomis filmui. Gera specifinių filmo kodų analizė. Tinkama alternatyva Fiske ir Hartley (1978).

Woollacott, J., *Messages and Meaning*, Milton Keynes: The Open University Press (DE 353, Unit 6), 1977.

Glausta semiotikos teorijos ir metodų apybraiža; lengvai skaitomas marksistinės analizės taikymas – negali būti blogas!

Masinės komunikacijos priemonės (media)

Golding, P., *The Mass media*, London: Longman, 1974.
Wrighto (1959) britiška versija, bet trumpesnė, naujesnė, trūksta bet kokių turinio studijų, vis tiek gera.

Williams, R., *Communications*, Harmondsworth: Penguin, 1962 (3-as leid. 1976).
Rekomenduotina trumpa knyga. Gera istorija ir labai geras skyrius apie to meto periodinę spaudą, kuri tiesiog šaukiasi palyginimo su šiuolaikine periodine spauda.

Williams, R., *Television: Technology and Cultural Form*, London: Fontana, 1974.
Gera socialinė–technologinė istorija, po kurios yra puikūs skyriai apie televizijos formą ir turinį; amerikietiški pavyzdžiai.

Wright, C., *Mass Communication: A Sociological Approach*, New York: Random House, 1959, 2-as leid. 1976.
Gera, lengvai skaitoma įvadinė studija, apima funkcijas, institucijas, turinį, masinės komunikacijos poveikį, yra skyriai apie komunikaciją ir auditoriją. Kiek pasenęs ir įspraustas į sociologinį neprobleminį požiūrį, tačiau neblogas masinės komunikacijos studijų pradžiai.

Neverbalinė komunikacija

Argyle, M., *The Psychology of Interpersonal Behaviour*, Harmondsworth: Penguin, 1972 (3-ias leid. 1978).

Argyle, M., *Bodily Communication*, London: Methuen, 1975.
Du svarbiausi garsaus britų mokslininko darbai apie sociopsichologinio požiūrio taikymą neverbalinės komunikacijos studijoms. Abi lengva skaityti, nors 1972 metų knyga lengvesnė. 1975 metų knyga platesnė, joje labiau atsižvelgiama į socialinį ir kultūrinį kontekstą.

Hall, E., *The Silent Language*, New York: Anchor Books, 1973.
Naudinga kaip atasvara Argyle'iui: kaip antropologas, Hallas labiau pabrėžia kultūros įtaką neverbalinei komunikacijai.

ILIUSTRACIJŲ SĄRAŠAS

1a „Tikrovės veidrodis"?
1b *Daily Mirror*
2 „Asquithas ir įstatymas"
3 Kaizeris Vilis
4 Moteris žymintys ženklai
5 Klaidingas iškodavimas. Olų piešiniai ir negyvi gyvūnai
6 Makaronų lėkštė
7a Notting Hillas
7b *Observer Review*
8 *Weekly World News*
9 Mokslas ir nemokslas
10a Mokslas
10b Mokslas
11 *Seventeen*
12 „Laikykis, Belgija!"
13 „Dar turi vilties"
14 „Cigarečių lietus"
15 „Žaltys taurėje"
16 „Ponas Honda"
17 „Traukime į gamtą"
18 Policija ir mergina

Rodyklė

Abercrombie, M., 97
adresantas 53
adresatas 53
Althusser, L., 196–203, 209
anomalinė kategorija 136–141
antropologija 134, 138
Argyle, M., 85, 86
auditorijos etnografija 179–186

Bagaley, J., Duck, S., 83, 167, 168
Barr, C., 163, 164
Barthes, R., 71, 103, 104, 106, 110, 124, 127, 129, 152, 153, 166, 186, 190, 191, 193, 208
Bernstein, B., 81, 87–91
binarinė opozicija 134–136, 141–144, 148, 190
Blumler, K., Katz, E., 177
Brockreide, E., 188
Buscombe, E., 37

denominacija 129
denotacija 103, 129, 156, 166, 169
Dominick, J., Rauch, G., 157, 166
Duck, S., žr. Baggaley

Eco, U., 130, 183, 184
eksnominacija 191
empirizmas 133, 155–186
entropija 26–29, 32–33
Evans, H., 125, 126

Fiske, J., 210
Fiske, J., Hartley, J., 83, 93, 115
Fleur, de M., 160
Freud, S., 141–143, 197, 206
funkcija:
  emocinė 54
  fatinė 30, 54, 89
  konotacinė 54
  metalingvistinė 54, 55
  poetinė 54, 55
  referentinė 54, 89, 110

Galtung, J., Ruge, H., 115
Gerbner, G., 41–48, 109, 160, 164–166, 171, 214
Gerbner, G., Gross, L., 159
Glasgow Media Group 160–162
Goffman, E., 205
Gramsci, A., 200–203
grįžtamasis ryšys 38, 52, 57
Gross, L., žr. Gerbner
Guiraud, P., 71

Hall, S., 92, 129, 130, 131, 183, 189
Hall, S., Connell, I., Curti, L., 93
Hartley, J., žr Fiske J.
Hass, E., žr. Katz
Hawkes, T., 116
Head, S., 160
hegemonija 200, 202, 209, 211
Hodge, R., Tripp, D., 182
Huston-Stein, A., žr. Welch

ideologija 19, 131, 187–214
ikona 57, 65–70, 74–76
indeksas 57, 65–67, 69, 70, 75, 84, 115, 116
informacija 24–25
inkorporavimas 206

interpeliacija 199, 200
interpretantas 60–61, 64, 66, 69, 70
intertekstualumas 189
Jakobson, R., 30, 41, 53–56, 70, 85, 110, 116, 121
Johnson, M., žr. Lakoff

kanalas 16, 21, 23, 27, 30, 34–39, 42, 44, 48, 57, 82
Katz, E., Gurevitch, M., Hass, E., 35
klaidingas iškodavimas 97, 98, 130, 184
klasterinė analizė 179
kodas: 15, 19, 34–38, 53, 58, 81–101, 168, 187
  analoginis 82–83, 124, 135
  antrinis 37
  estetinis 99–101
  išplėtotas 88–91
  plataus vartojimo 91–95
  prezentacinis 34, 84, 85, 87
  reprezentacinis 34, 84, 85, 87
  ribotas 88–91
  siauro vartojimo 91–95
  skaitmeninis 82–83, 135
  sutartinis 65, 71, 74, 76, 98–99
komutacijos testas 83, 128, 168
konkretumo logika 113, 135, 138, 142, 143
konotacija 104–105, 124, 127, 129, 166, 168, 169, 187, 190–193
kontent analizė, žr. turinio analizė
konvencija 28–29, 31, 36, 60–61, 67, 74–76, 78, 79, 95–98, 110, 169

Lakoff, A., Johnson, M., 112
Laswell, H., 48–49
Leach, E., 78, 137, 140
Leech, G., 119
Levi-Strauss, C., 113, 133–136, 139–143, 148, 152, 153

MacLean, M., žr. Westley
Marx, K., 197–202, 208, 209
McQuail, D., 176, 177
McQuail, D., Blumler, J., Brown, R., 174
metafora 111–114, 116, 121, 140, 166
metonimija 114–116, 123, 124, 126
mitas 106–110, 115, 116, 125, 126, 127, 134, 141–144, 146, 148, 152, 184, 186, 187, 190–193, 208, 209
modelis 21–23, 41–56
Monaco, J., 115
Morley, D., 131, 181, 208, 214
motyvacija 71–76, 79

naudos ir atlygio teorija 173–179
neverbalinė komunikacija 84–87, 89
Newcomb, T., 41, 49–50, 51, 52
norma 27, 119–121, 150
nukrypimas 119–121

objektas 60–65, 68
Ogden, C., Richards, I., 59–61
Osgood, C., 166

Paisley, W., 157
paradigma 76–79, 81– 83, 96, 116, 119–121, 122, 127, 128, 134, 141
Parkin, F., 130
Peirce, C., 59–61, 65, 67, 70, 76, 110, 213
perkeitimas 121, 122
perteklius 26–33, 79, 89, 96
Plehal, R., žr. Welch
prieiga 42, 44–45
prieinamumas 42, 45–46
priemonė 15, 34–38, 42, 44, 57
proceso mokykla 13, 16–19, 126, 213, 214

Radway, J., 180
Rauch, G., žr. Dominick
referencija 61
referentas 18, 61
Richards, I., 43, žr. taip pat Ogden
ritualas 138–139
Ruge M., žr. Galtung

Saussure, de F., 59, 61–65, 70, 71, 76, 103, 110, 127, 134, 141, 143, 153, 196, 213
Seggar, J., Wheeler, P., 157, 166
semantinis diferencialas 83, 166–173, 178
semiologija 71
semiotika 16–19, 58, 60, 62, 65, 70, 133, 155, 180, 185, 186, 213, 214
semiozė 64
Shannon, C., Weaver, W., 21–23, 38, 41, 43, 47
signifikacija 16, 57, 62, 63, 70, 74, 104, 194
signifikantas 38, 61, 62–65, 67, 70–72, 77, 82, 124, 129, 169, 191

signifikatas 60–65, 67, 70–72, 77, 82, 124, 129, 191
signifikavimas 19, 64, 78, 103, 107, 123, 127
simbolis 22, 61, 65–67, 70, 71, 76, 78, 84, 96, 110
sintagma 76, 78–79, 81, 83, 119–121, 123, 124, 128, 134
siūlomas perskaitymas 129, 184
struktūralizmas 19, 133–153, 155, 180

transpozicija 111, 122, 143
Tripp, D., žr. Hodge, R.
triukšmas 22–24, 30, 57, 79
turinio analizė 19, 156–166, 171–173

Walker, M., 69
Weaver, W., žr. Shannon
Welch, R., Huston-Stein, A., Wright, J., Plehal, R., 159
Westley, B., MacLean, M., 41, 51–53
Wheeler, P., žr. Seggar
Williams, R., 188, 189
Wright, J., žr. Welch

ženklas 15, 19, 36, 57–80, 82–84, 190–196

SL 014. Leidykla „Baltos lankos“, Mėsinių 4, 2001 Vilnius
Spausdino AB „Vilspa“, Viršuliškių sk. 80, 2056 Vilnius
Užsakymas 94

JOHN FISKE – Viskonsino-Madisono universiteto (Madisonas, JAV) Komunikacijos menų skyriaus profesorius. Ši jo knyga išversta į daug pasaulio kalbų.

Komunikacijos studijos – tai viena iš įdomiausių sričių, kurią formavo įvairių mokslo krypčių ir sričių mokslininkai, taikydami jos tyrimams skirtingų mokslų metodus bei koncepcijas. *Įvadas į komunikacijos studijas* – viena iš pirmųjų knygų lietuvių kalba, kurioje pristatoma komunikacijos studijų visuma, pateikiami įvairūs, net patys prieštaringiausi požiūriai. Komunikacija persmelkia visą visuomenės gyvenimą, todėl autorius iliustruoja sudėtingas teorijas kasdienio gyvenimo pavyzdžiais, paprasčiausia mūsų buitimi. Knyga ne tik supažindina su komunikacijos modeliais ir jų autoriais, komunikacijos tyrimų metodais, bet taip pat paaiškina aukštakulnių batelių ir džinsų prasmes, atskleidžia begalinių serialų, meilės romanų ir pop dainelių populiarumo paslaptį, moko kitaip žvelgti į laikraščio puslapį, kino kadrą ir šukuoseną. Knyga skiriama akademinei auditorijai bei visiems, besidomintiems komunikacijos problemomis.

ALK – serija verstinių knygų, kurias leidžia įvairios leidyklos, remiant Atviros Lietuvos fondui. Serijos tikslas – supažindinti skaitytojus su dvidešimto amžiaus humanitarinių ir socialinių mokslų pagrindais.

ATVIROS LIETUVOS KNYGA

ISBN 9986-861-60-8
ISSN 1392-1673